

Snuffelen en graven

Snuffelen en graven

Over doelgroepen van digitaal
toegankelijke archieven

Henriëke Wubs en Frank Huysmans



Sociaal en Cultureel Planbureau
Den Haag, mei 2006

Het Sociaal en Cultureel Planbureau is ingesteld bij Koninklijk Besluit van 30 maart 1973.

Het Bureau heeft tot taak:

- a wetenschappelijke verkenningen te verrichten met het doel te komen tot een samenhangende beschrijving van de situatie van het sociaal en cultureel welzijn hier te lande en van de op dit gebied te verwachten ontwikkelingen;
- b bij te dragen tot een verantwoorde keuze van beleidsdoelen, benevens het aan-geven van voor- en nadelen van de verschillende wegen om deze doeleinden te bereiken;
- c informatie te verwerven met betrekking tot de uitvoering van interdepartementaal beleid op het gebied van sociaal en cultureel welzijn, teneinde de evaluatie van deze uitvoering mogelijk te maken.

Het Bureau verricht zijn taak in het bijzonder waar problemen in het geding zijn die het beleid van meer dan één departement raken.

De minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is als coördinerend minister voor het sociaal en cultureel welzijn verantwoordelijk voor het door het Bureau te voeren beleid. Omtrent de hoofdzaken van dit beleid treedt de minister in overleg met de minister van Algemene Zaken, van Justitie, van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, van Financiën, van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, van Economische Zaken, van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

© Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag 2006

Werkdocument 124

Zet- en binnenwerk: Textcetera, Den Haag

Figuren: Mantext, Moerkapelle

Omslagfoto: ANP Foto, Rijswijk

Omslagontwerp: Bureau Stijl zorg, Utrecht

ISBN10 90-377-0276-7

ISBN13 978-90-377-0276-7

NUR 740

Voorzover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.repro-recht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

Sociaal en Cultureel Planbureau

Parnassusplein 5

2511 vx Den Haag

Tel. (070) 340 70 00

Fax (070) 340 70 44

Website: www.scp.nl

E-mail: info@scp.nl

Taskforce Archieven

Het Nederlands cultureel erfgoed bestaat uit enorme hoeveelheden archieven, boeken, tijdschriften, schilderijen en andere kunstvoorwerpen, archeologische voorwerpen, audiovisuele bronnen en informatie over dit alles. De totale omvang van het Nederlands cultureel erfgoed is dan ook zeer groot. Het ligt echter verspreid opgeslagen: de collecties van de objecten berusten bij een groot aantal culturele instellingen. Digitalisering biedt de mogelijkheid om deze fysieke grenzen te overbruggen en daarmee voor geïnteresseerd publiek grenzen in tijd en plaats te laten verdwijnen.

De archiefsector wil het publieke en maatschappelijke kapitaal dat in de gezamenlijke collecties besloten ligt maximaal benutten. Archieven zijn te beschouwen als het geheugen van de samenleving. Om die reden stelt de wetgever regels ten aanzien van het materiële behoud van archieven, het verzekeren van hun openbaarheid en betrouwbaarheid en het recht op inzage van iedere burger. Naast een zorgvuldig beheer zet de archiefsector zich in voor een zo groot mogelijk publieksbereik en een zo intensief mogelijk gebruik van de collectie. ICT biedt daarvoor veelbelovende mogelijkheden, maar om die waar te kunnen maken en ten volle te benutten zijn afspraken nodig binnen de archiefsector en met andere (erfgoed)sectoren.

De Taskforce Digitale Toegankelijkheid Archieven – afgekort Taskforce Archieven – is in september 2004 opgericht voor de periode 2004-2008. De taak van de Taskforce bestaat uit drie delen:

- 1 Het ontwikkelen van een strategische toekomstvisie op de rol van ICT in het vergroten van het publieksbereik;
- 2 Het ontwikkelen van een dynamisch en zelfregulerend kwaliteitssysteem ten aanzien van digitale toegankelijkheid in de archiefsector;
- 3 Het stimuleren van de implementatie van dit kwaliteitssysteem binnen de archiefsector.

Partners in de Taskforce zijn het Nationaal Archief, DIVA, DEN, IPO en VNG.

De Taskforce werkt intensief samen met partijen in de archiefsector en met andere kennisinstituten en trekkers van kwaliteitstrajecten in de erfgoedsector.

Meer informatie?

www.taskforce-archieven.nl

Taskforce Archieven

Postbus 90520

2509 LM Den Haag

e-mail: taskforce@taskforce-archieven.nl

Inhoud

Voorwoord	9	
Samenvatting en leeswijzer	11	
1	Achtergronden en probleemstelling	21
2	Theoretische kenmerken van gebruikers	24
2.1	Van archiefsitebezoek naar achterliggende concepten	24
2.2	Vertaling van de concepten naar de praktijk	27
2.3	Beschrijving huidig en potentieel publiek	33
3	Cognities	39
3.1	Wat is een archief?	39
3.2	Gebruik van archieven	41
3.3	Verwachtingen van huidige gebruikers	46
3.4	Conclusie	47
4	Zoekmethoden	49
4.1	Enkele patronen in het gebruik	49
4.2	Zoekmachines	50
4.3	Waardering door gebruikers	55
4.4	Conclusie	58
5	Betrokkenheid en informatieverwerking	60
5.1	Patronen van interesse	60
5.2	Verwerking van informatie	64
5.3	Conclusie	65
6	Conclusies en aanbevelingen	67
6.1	Drie kenmerken	67
6.2	Tegemoetkomen aan behoeften	69
6.3	Andere praktische richtlijnen	78

6.4	Urgente kennislacunes	79
	Noten	84
	Literatuur	86
	Publicaties van het SCP	90

Voorwoord

In de archiefsector staat het vergroten en verbreden van het publiek hoog op de agenda. Nu de digitaliseringsprocessen de kinderschoenen zijn ontgroeid, is het bereiken van grotere groepen uit de bevolking met het digitale aanbod een doel op zich geworden. Digitalisering gebeurt niet alleen met het oog op het behoud en de duurzaamheid van collecties, maar evengoed om meer mensen dan voorheen met het collectieve geheugen te laten kennismaken. Archiefinstellingen willen dus niet alleen aan de wensen van de echte ‘archiefgravers’ tegemoetkomen, maar ook aan die van een grotere groep ‘snuffelaars’: mensen met een meer incidentele dan structurele belangstelling voor archiefstukken.

Het bereiken van een groter en ander publiek is niet even gemakkelijk gezegd als gedaan. Om een adequaat doelgroepenbeleid te voeren is kennis en inzicht nodig in potentiële publieksgroepen en hun behoeften. Tegelijkertijd zijn niet alle publieksgroepen bereikbaar voor alle archiefinstellingen: iedere instelling heeft te maken met haar eigen collecties en een eigen publiek dat daarin geïnteresseerd is of ervoor geïnteresseerd zou kunnen worden.

Het Sociaal en Cultureel Planbureau heeft op verzoek van de Taskforce Digitale Toegankelijkheid Archieven studie gedaan naar de belangrijkste kenmerken van huidig en potentieel virtueel archiefpubliek. Hiervoor is theoretische en onderzoeksliteratuur geraadpleegd en geordend. De beschrijving van die kenmerken is verwerkt in een denkkader waarmee archieven potentiële doelgroepen en hun specifieke behoeften op een rij kunnen zetten. Deze studie dient als een kennisbron en hulpmiddel bij het selecteren van doelgroepen en het aftasten van hun behoeften om daarop het digitale aanbod te kunnen

afstemmen. Wellicht verleent het archieven extra slagkracht om het erfgoed digitaal te presenteren aan een zo groot mogelijk deel van de bevolking.

Het SCP dankt Ma Oeh Pe van de Taskforce Digitale Toegankelijkheid Archieven en Petra Schoen van het Nationaal Archief voor hun meedenken en -lezen bij de voorbereiding van dit rapport.

Paul Schnabel
directeur Sociaal en Cultureel Planbureau

Samenvatting en leeswijzer

In de archiefsector wordt de laatste jaren steeds meer nadruk gelegd op het vergroten en verbreden van het publiek langs digitale weg. Er is echter nog weinig kennis over de potentiële gebruikersgroepen en ook is er weinig inzicht in de informatiebehoeften van de diverse groepen binnen het potentiële publiek. In dit rapport wordt een werkwijze gepresenteerd die het mogelijk maakt een doelgroepenindeling op de specifieke situatie en het aanbod van archiefinstellingen af te stemmen. Dat is van belang omdat per archiefinstelling de collecties en het bedieningsgebied verschillen, en dus ook de te benaderen doelgroepen per archief kunnen variëren.

Bij het maken en uitvoeren van een doelgroepenbeleid moet een archief globaal drie fasen doorlopen:

- In de eerste fase vindt een brainstorm plaats over alle mogelijke groepen met een zekere (latente) interesse voor het verleden.
- In de tweede fase worden deze groepen verkend op kenmerken die een rol spelen bij het gebruiken van een (virtueel) archief, en wordt eventueel een keuze gemaakt welke groepen wel en niet in het doelgroepenbeleid kunnen worden opgenomen.
- In de derde fase moeten strategieën ontwikkeld en in praktijk gebracht worden om de geselecteerde groepen te benaderen en het virtuele aanbod op hen af te stemmen.

Dit rapport kan gelezen worden als kennisbron en hulpmiddel bij de activiteiten in de laatste twee fasen. In het laatste hoofdstuk wordt ook ingegaan op lacunes in de huidige kennis over potentieel publiek binnen de archiefsector.

Eerste fase

De inhoud van de collecties van een archief is van wezenlijk belang bij het benaderen van doelgroepen. Onderwerpen kunnen voor sommige bevolkingsgroepen boeiend zijn, terwijl ze andere niets zeggen (zie hoofdstukken 3 en 5). Het bekijken van de archiefinhouden door de ogen van een leek op archiefgebied kan waardevolle ideeën opleveren.

Verder is het belangrijk dat het beschrijven van eventuele doelgroepen zo gedetailleerd mogelijk gebeurt, om de groepen zo concreet mogelijk voor ogen te hebben. Daarbij zijn onder meer de volgende elementen van belang:

- leeftijdscategorie
- woonplaats/regio
- motivatie voor eventueel gebruik
- doel van eventueel gebruik
- belangrijkste dagelijkse bezigheid (werk/school/andere dagbesteding)
- grootte van de groep
- traceerbaarheid van de groep
- eindgebruiker of intermediair (docent, journalist/schrijver, historicus).

Tweede fase

In de tweede fase is het belangrijk om potentiële doelgroepen te verkennen. Er moet, aan de hand van relevante kenmerken, een goed beeld van de groepen gevormd worden. Daarom zijn op basis van theorieën over informatiezoekgedrag de drie belangrijkste kenmerken van gebruikers van archiefwebsites bepaald. Dat zijn *cognities* (kennis en opvattingen over en verwachtingen van archieven en de geschiedenis), ontwikkelde *zoekmethoden*, en de *betrokkenheid* bij de inhoud van de informatie en de daarmee samenhangende *verwerking* van de informatie (zie hoofdstuk 2).

Cognities

Cognities bestaan uit de kennis en verwachtingen van en opvattingen over het verleden zelf, maar ook over wat een archief is, wat je er kunt doen en wat de website van zo'n archief te bieden heeft. Gebruikers (ook potentiële gebruikers) van archiefwebsites hebben sterkere of minder sterke cognities ten opzichte van archieven. Deze cognities zijn belangrijk; het maakt uit of de gebruiker een doorgewinterde historicus is, met veel kennis, hoge verwachtingen en specifieke opvattingen over het archiefaanbod, of een leerling uit havo-3 die eigenlijk niet weet wat een archief is en wat het doet. Uit Brits onderzoek blijkt dat onder potentieel publiek weinig bekend is over wat een archief is en wat je er kunt doen of wat je op de website kunt doen. Daardoor zijn ook de verwachtingen weinig ontwikkeld (zie hoofdstuk 3). Confrontatie met archieven en websites en ervaring met het gebruik ervan, zorgen voor versterking van de cognities. Onderstaand schema brengt bovenstaand voorbeeld over groepen met verschillende cognities in beeld.

Tabel S1

Cognities bij twee uiteenlopende groepen

type	cognities	groep
1	sterk	ervaren historici
2	zwak	havo-leerlingen

Zoekmethoden

De zoekvaardigheden van gebruikers van archiefwebsites moeten bestaan uit twee aspecten. Ten eerste moeten zij kunnen zoeken op het internet, bijvoorbeeld met behulp van algemene zoekmachines als Google en Altavista. Ten tweede vraagt het gebruik van een zoekmachine op een archiefwebsite, die zoekt in een database van gedigitaliseerd materiaal, vaak nog om andere vaardigheden. Uit verschillende gebruiks- en

gebruikersonderzoeken blijkt dat het zoeken met zo'n zoekmachine als moeilijk wordt ervaren. Dat geldt overigens niet alleen voor nieuwe gebruikers (zie hoofdstuk 4). Het ontwikkelen van zoekmethoden kost tijd en gaat meestal door trial-and-error, proberen en leren. Aanbieders van archiefwebsites kunnen helpen de zoekvaardigheden te ontwikkelen door in te spelen op de manier waarop gebruikers leren.

Tabel S2

Zoekmethoden bij twee uiteenlopende groepen

type	zoekmethoden	groep
1	ontwikkeld	collega-archivarissen
2	onontwikkeld	deelnemers aan een cursus computervaardigheden

Betrokkenheid en informatieverwerking

Iemand die sterk inhoudelijk betrokken is bij het onderwerp waarover hij informatie zoekt, zal de nieuwe kennis goed bekijken en erover nadenken. Dit wordt wel 'centrale informatieverwerking' genoemd. Hij heeft wellicht een specifieke vraag en zoekt daarop een antwoord. Vervolgens probeert hij de nieuwe kennis in te passen in zijn bestaande opvattingen en eventuele tegenspraken tussen deze twee weg te nemen.

Bij het ontbreken van betrokkenheid – bijvoorbeeld wanneer de interesse extern is, zoals bij een schoolopdracht, of wanneer de interesse oppervlakkiger of ongericht is – zal informatie minder bewust worden verwerkt. Dat is de zogenaamde 'perifere informatieverwerking'. Er wordt dan minder op de inhoud en meer op de vorm gelet waarin de informatie is aangeboden. Onderzoek in Nederland en andere landen laat zien dat het huidige informatieaanbod op archiefwebsites grotendeels is afgestemd op gebruikers met een specifieke vraag. Ook wordt duidelijk dat grote delen van potentiële publieksgroepen op een ongerichtere manier naar informatie willen zoeken (zie hoofdstuk 5).

Tabel S3

Betrokkenheid en informatieverwerking bij twee uiteenlopende groepen

type	betrokkenheid/ informatieverwerking	groep
1	hoog/centraal	genealogen
2	laag/perifeer	surfers naar info over het verleden

Cognities, zoekmethoden en betrokkenheid gecombineerd

Wanneer we de drie kenmerken van potentiële gebruikers (cognities, zoekmethoden en betrokkenheid) combineren, krijgen we het schema in tabel S4. Iedere (toekomstige) doelgroep is hierin te plaatsen wanneer de cognities, de zoekmethoden en de betrokkenheid zijn ingeschat.

Tabel S4

Cognities, zoekmethoden en betrokkenheid/informatieverwerking bij verschillende publieksgroepen

type	cognities: kennis, opvattingen, verwachtingen	zoekmethoden	betrokkenheid en informatie- verwerking	voorbeeldgroep
1	sterk	ontwikkeld	hoog/centraal	ervaren historici
2	sterk	ontwikkeld	laag/perifeer	geroutineerde archivarissen
3	sterk	onontwikkeld	hoog/centraal	grootvaders
4	sterk	onontwikkeld	laag/perifeer	journalisten
5	zwak	ontwikkeld	hoog/centraal	genealogie-starters
6	zwak	ontwikkeld	laag/perifeer	havo-leerlingen
7	zwak	onontwikkeld	hoog/centraal	cultuurtoeristen
8	zwak	onontwikkeld	laag/perifeer	deelnemers aan een cursus computer- vaardigheden

Er is, naast de verkenning van doelgroepen aan de hand van bovenstaande drie kenmerken, nog een aantal criteria van belang bij de selectie van doelgroepen. Dat zijn zaken als de grootte van de doelgroep (niet te klein), de homogeniteit van de groep (zo homogeen mogelijk, anders werkt het doelgroep-aanbod niet), traceerbaarheid (zie hierna onder ‘Derde fase’) en stabiliteit (een doelgroep moet over een periode stabiel blijven zodat doelgroepgericht beleid mogelijk is). In hoofdstuk zes wordt hiervan een beknopte checklist gegeven (zie paragraaf 6.4).

Derde fase

Om het aanbod te kunnen afstemmen op de behoeften van de te benaderen doelgroepen, is het van belang deze behoeften goed te kunnen inschatten. Daarvoor geeft de benadering met drie kenmerken een handreiking. In de onderzoeksliteratuur zijn niet alleen de problemen bij (potentiële) gebruikers gesignaleerd (zie hoofdstukken 3, 4 en 5), maar worden ook oplossingen aangedragen. Deze aanbevelingen staan in hoofdstuk zes. Ze worden daar per kenmerk besproken.

Cognities versterken

Doelgroepen die geen sterke cognities hebben ten aanzien van de geschiedenis, het instituut ‘archief’ en het online archief-aanbod, hebben ondersteuning nodig om zulke cognities in positieve zin te versterken. Daarvoor moeten zowel op de website van de instelling als daarbuiten acties ondernomen worden (zie paragraaf 6.2).

Op de site zelf kan een korte, puntige tekst, die antwoordt op de vragen ‘wat biedt deze website?’ en ‘wie zit erachter?’ voor de gebruiker al veel duidelijkheid creëren. Ook het bieden van contextuele informatie bij een gevonden stuk en het vindbaar zijn op itemniveau in zoekmachines als Google is belangrijk. Potentiële gebruikers komen echter niet uit zichzelf een archiefwebsite tegen, ze moeten erop worden geattendeerd.

Uit de beschrijving van een doelgroep zijn aanknopingspunten te halen die de doelgroep van een 'adres' kunnen voorzien. Een doelgroep kan zich bijvoorbeeld regelmatig bevinden op bepaalde websites, of op school, op het werk, in de supermarkt, voor de (regionale) tv, in de bibliotheek enzovoort. Op die plaatsen moeten de aanwezigen geconfronteerd worden met het bestaan van het archief en de website, zodat het duidelijk wordt wat zij daar kunnen vinden. Andere manieren om op en buiten de website cognities te versterken worden ook in paragraaf 6.2 beschreven.

Zoekproblemen oplossen

Beschikt de doelgroep over voldoende ontwikkelde zoekvaardigheden om overweg te kunnen met de aangeboden zoekstrategieën? Het is waarschijnlijk dat nieuwe doelgroepen niet gewend zijn om te zoeken met een zoekmachine zoals die op de meeste archiefwebsites wordt geboden. Ook kunnen zoeken zoekstrategieën niet alleen tussen groepen maar ook tussen individuen verschillen (zie hoofdstuk 4). Het is belangrijk om verschillende zoekmogelijkheden voor verschillende doelgroepen aan te bieden (zie paragraaf 6.3).

Verder is de presentatie van een zoekmachine erg belangrijk. Bij de zoekvensters moet duidelijk vermeld worden welke soorten termen ingevoerd kunnen worden, het liefst geïllustreerd met voorbeelden. Ook moet volledig duidelijk zijn in welke bestanden de betreffende machine zoekt. Het is eveneens van belang dat gebruikers kunnen begrijpen wat hun zoekresultaten zijn. Uitleg over het type zoekresultaat en weergave van de gebruikte zoektermen bij de resultaten vergt weinig moeite en geeft veel rendement. Dat geldt ook voor het geven van tips voor het versmallen of verbreden van een zoekpoging als die weinig of onhanteerbaar veel treffers oplevert (zie hoofdstuk 4 en paragraaf 6.3).

Betrokkenheid en verwerking stimuleren

Een grote betrokkenheid bij het onderwerp uit zich vaak in een diepe, structurele interesse. Een geringere betrokkenheid daarentegen gaat logischerwijs samen met een incidentelere en ongerichtere nieuwsgierigheid. Het is de vraag of het huidige digitale aanbod (zowel van de archiefsector als geheel, als van iedere individuele instelling) voldoende is om de betrokkenheid van de potentiële gebruikers vast te houden. Volgens diverse onderzoekers (zie hoofdstuk 5 en paragraaf 6.3) is dat niet het geval.

Groepen met een hoge betrokkenheid en centrale informatieverwerking hebben baat bij het versterken van de huidige service en het uitbreiden van het online aanbod.

Groepen met een lagere betrokkenheid en perifere informatieverwerking zijn meer gebaat bij het aanbieden van makkelijkere informatiepakketten over onderwerpen die dicht bij henzelf liggen. Het zoeken in zoekmachines is voor hen nauwelijks interessant, hooguit voor het bekijken van beelden.

Nieuwe kennis

Dit onderzoek richt zich op het in kaart brengen van behoeften van gebruikers. In de beschikbare onderzoeken is nog weinig ingegaan op de *richting van de interesses* van potentiële gebruikers. Globale categorieën als ‘foto’s en prenten’, ‘historische informatie’ en ‘genealogische informatie’ geven wel een indruk maar te weinig informatie om nuttig te zijn bij de ontwikkeling van doelgroepenbeleid. Het tegemoetkomen aan interesses van gebruikers, bijvoorbeeld door collecties die te maken hebben met populaire onderwerpen als eerste te digitaliseren, zou bevorderd worden als hierover meer kennis beschikbaar zou zijn. Ook over de bekendheid van archieven, als collectief geheugen in algemene zin en waarvan iedereen gebruik kan maken, zijn op landelijk niveau geen duidelijke en recente gegevens. Meer kennis hierover bij archieven zou meer en concreter beleid op het gebied van naamsbekendheid mogelijk

maken. Ook de uitwisseling van kennis, *best practices* en andere benodigde informatie binnen de sector kan worden verbeterd. Een soepele verspreiding van nieuwe kennis en informatie over activiteiten die door afzonderlijke instellingen worden ondernomen, geeft een beter overzicht van bestaande kennis en maakt efficiënte innovatie mogelijk. Een simpele vorm van informatie delen is deze online beschikbaar stellen, zodat collega's deze kunnen downloaden (zie paragraaf 6.5).

1 Achtergronden en probleemstelling

Publieksverbreding wordt in de erfgoedsector van een bijkomend effect van digitalisering steeds meer een doel. Dat geldt ook specifiek voor de archiefsector. Digitalisering van collecties staat niet alleen in het teken van duurzaam bewaren: ontsluiting en toegankelijkheid zijn speerpunten, en het aanbieden van inzage in het collectieve geheugen van een gemeenschap is belangrijk geworden. Door een digitale presentatie van collecties kunnen en moeten nieuwe publieksgroepen actief worden aanbeoord.

Grip krijgen op nieuwe gebruikersgroepen en hun specifieke wensen is echter een lastige opgave. Het door archieven aanbieden van digitale informatie over het verleden bevindt zich in een fase waarin er behoefte ontstaat aan meer kennis van en inzicht in de gebruikers van dit aanbod. (Nota bene: de term ‘archief’ wordt in dit rapport steeds gebruikt om de instelling aan te duiden die het beheer heeft over collecties van oude documenten – zoals in de naam ‘Nationaal Archief’ – en niet de archiefstukken die samen een eenheid vormen, zoals in de benaming ‘het VOC-archief’). De vraag is vooral welke publieksgroepen langs digitale weg kunnen worden geïnteresseerd voor wat archieven te bieden hebben. Naast degenen die nu al intensief websites van archieven en hun digitale collectieontsluiting gebruiken (de huidige gebruikers), is er waarschijnlijk een grote groep mensen te interesseren voor meer laagdrempelige informatie (de potentiële gebruikers; vgl. Van Dijken en Stroeker 2003).

Verskillende instellingen pionieren met doelgroepenindelingen. Sommige daarvan zijn specifiek op archieven gericht, andere hanteren een bredere erfgoedfocus. Veel studies naar virtueel publiek monden uit in een doelgroepensegmentatie (bv. Van Dijken en Stroeker 2003; Smit-Kreetz 2003; Wubs 2005; Martin en Fraser 2003; Sabin en Samuels 2003, zie ook Harris

2005). Zo zijn er indelingen die refereren aan de mate van interesse van gebruikers: ‘snackers’, ‘ondiepe gravers’ en ‘diep-gravers’ (Smit-Kreetz 2003). Andere indelingen refereren aan persoonskenmerken als beroep of woonplaats. Bij weer andere wisselt binnen de indeling de basis waarop wordt ingedeeld: academici, genealogen, amateur-historici, onderwijs, professioneel (Strachan 2004). Deze verscheidenheid aan indelingen geeft inzicht in gebruikersgroepen, maar roept ook problemen op. Een probleem bij het gebruiken van zulke indelingen is ten eerste dat ze elkaar overlappen. Daarmee ontstaat een keuze-probleem voor archieven die zich op zulke doelgroepindelingen richten. In de tweede plaats zijn de doelgroepindelingen voor veel archieven nog te abstract om in de praktijk van collectie-ontsluiting toe te passen. Een derde kwestie is dat archieven onderling sterk variëren qua collecties (zie Bos-Rops et al. 2005) en daarmee ook qua mogelijkheden een breed publiek aan te spreken. Doelgroepenindelingen zijn niet zo specifiek dat ze hieraan tegemoetkomen. Er is behoefte aan achterliggende informatie over verschillende typen archiefpubliek, informatie die bestaande, moeilijk toepasbare doelgroepindelingen overstijgt. Zulke achterliggende informatie zou inzicht kunnen scheppen in een adequate manier om doelgroepen te benaderen, zonder dat die opnieuw eindigt in een indeling die door het conceptmatige karakter helemaal niet, of door het statische karakter slechts voor één of enkele instellingen toepasbaar is.

In deze studie wordt gepoogd aan deze behoefte enigszins tegemoet te komen. Het onderzoek naar doelgroepen wordt daarom in een verdiepend theoretisch kader geplaatst. Het doel hiervan is om belangrijke kenmerken die achter verschillende typen gebruikers schuilgaan, bloot te leggen en zo inzicht te verschaffen in de variëteit aan doelgroepen. De kenmerken waar we het over hebben, zijn bijvoorbeeld de hoeveelheid kennis van het verleden of van archieven en de mate van betrokkenheid bij erfgoed. Op basis van de belangrijkste kenmerken wordt een denkwijze ontwikkeld om doelgroepen in te delen, die archieven kunnen toepassen in hun eigen situatie.

In het ontwikkelen van doelgroepenbeleid moeten instellingen ruwweg drie fasen doorlopen. Dat zijn een *brainstormfase* (welke groepen mensen zouden in aanmerking kunnen komen voor een doelgroepenbenadering?), een fase waarin eventuele doelgroepen nader *verkend* worden (wat zijn de kenmerken en behoeften van deze groep?) en in de derde plaats een fase waarin het aanbod van de instelling *afgestemd* wordt op de behoeften en kenmerken van de te benaderen groep. In dit rapport staan de behoeften en kenmerken van verschillende typen gebruikers van erfgoed centraal. Het biedt dus aanknopingspunten voor de tweede en derde fase.

Om relevante kenmerken en behoeften uit te lichten uit het hele scala van kenmerken dat gebruikersgroepen met zich meedragen, is het nodig om eerst een theoretische basis te creëren. De hoofdvraag in dit rapport luidt aldus:

Hoe kunnen we, tegen de achtergrond van (inter)nationaal onderzoek en sociaal-psychologische theorie over het zoeken naar informatie, de huidige en potentiële gebruikers van digitaal archiefaanbod omschrijven? En hoe zijn ze te vangen in een doelgroepenbenadering die op archieven van verschillende gedaante toepasbaar is?

In hoofdstuk twee wordt te rade gegaan bij sociaal-psychologische theorieën over informatiezoekgedrag en informatieverwerking. De drie kenmerken die het belangrijkste zijn bij het onderscheiden van verschillende typen gebruikers, worden hier geïntroduceerd. De hoofdstukken drie, vier en vijf bespreken uitvoerig elk van deze drie kenmerken en beschrijven hoe de kenmerken bij afzonderlijke typen gebruikers kunnen verschillen. In hoofdstuk zes wordt de voorgestelde manier van groepen indelen verbonden met aanbevelingen over het tegemoetkomen aan behoeften en kenmerken van de verschillende typen gebruikers.

2 Theoretische kenmerken van gebruikers

Om de eerste hoofdvraag (hoe kunnen we, tegen de achtergrond van (inter)nationaal onderzoek en sociaal-psychologische theorie over het zoeken naar informatie, de huidige en potentiële gebruikers van digitaal archiefaanbod omschrijven?) te beantwoorden, beschrijven we in dit hoofdstuk in een conceptueel kader het informatiezoekgedrag van de digitale-archiefgebruiker. Dit is nodig om te kunnen onderscheiden welke processen een gebruiker doorloopt bij het zoeken en vinden van informatie over het verleden. We gebruiken hiervoor concepten uit de sociaal-psychologische en kennisociologische literatuur. In deze literatuur staat, eenvoudig gezegd, centraal wat mensen beweegt en hoe zij betekenis geven aan hun fysieke en sociale omgeving. Een belangrijk onderdeel van betekenisverlening is het op zoek gaan naar en verwerken van informatie.¹ Eerst beschrijven we de centrale begrippen die van belang zijn. Vervolgens vertalen we die begrippen naar de vragen op gebied van publieksgerichtheid waar de archiefsector bij de vormgeving van het digitale aanbod direct mee te maken heeft.

2.1 Van archiefsitebezoek naar achterliggende concepten

Het bezoeken van archiefsites kan worden gezien als een specifiek geval van het zoeken naar informatie over cultureel erfgoed en meer in het algemeen naar informatie over het verleden. In de praktijk zal iemand die op een archiefsite terecht komt, niet in het archief als zodanig of de (hele) collectie geïnteresseerd zijn maar in een stukje informatie dat het archief min of meer 'toevallig' bezit.

Nog algemener gesteld, kan het zoeken naar informatie over het verleden worden beschouwd als een concreet geval van een nog breder verschijnsel: het zoeken naar informatie *an sich*.

Het is op dit niveau dat sociaal-psychologische theorievorming antwoorden kan geven op de vragen waar het ons om gaat. Die antwoorden kunnen dan vervolgens worden terugvertaald naar het concrete niveau van zoeken naar informatie op archiefsites.

We onderscheiden drie stadia in het omgaan met informatie op archiefsites. Op de eerste plaats de reden van het sitebezoek: *waarom* zoeken mensen informatie? Dan volgt de manier waarop ze informatie zoeken: *hoe* zoeken ze? Ten derde bekijken we de interpretatie van die informatie: 'kunnen ze er iets mee' of blijft de eigenlijke vraag onbeantwoord?

In de sociaal-psychologische literatuur zijn legio kenmerken te vinden die in verband worden gebracht met de reden die mensen hebben om informatie te zoeken, en die daarmee antwoord kunnen geven op deze drie vragen. We beperken ons in dit onderzoek tot kenmerken die ook terug te vinden zijn in gebruikersonderzoeken die gedaan zijn door archieven en onderzoeksbureaus, omdat die kenmerken onderscheid kunnen aanbrengen tussen verschillende typen gebruikers.

2.1.1 *Waarom zoeken mensen informatie?*

Bestaande cognities (kennis, opvattingen en verwachtingen) ten aanzien van objecten of personen (die ontstaan zijn op basis van eerdere leerervaringen), zijn van groot belang bij het zoeken van nieuwe kennis. Ze kunnen (mede) veroorzaken dat mensen op zoek gaan naar nieuwe kennis, bijvoorbeeld om een lacune in die kennis op te vullen, om conflicten tussen kenniselementen op te lossen, of om reeds aanwezige kennis te verdiepen en bestaande opvattingen ter discussie te stellen (Schütz en Luckmann 1979). De drie elementen kennis, opvattingen en verwachtingen samen worden ook wel 'cognitieve structuren' genoemd (Bosman et al. 1989; Hamilton 2005).

2.1.2 Hoe zoeken mensen informatie?

Mensen doen door de tijd heen ervaringen op met objecten, personen en informatiebronnen zoals media en internet. Deze ervaringen worden geabstraheerd en verdicht tot 'heuristieken' (gedragsregels) die bij een volgende informatiezoekactie worden ingezet. Zo merk je na verloop van tijd bij het zoeken van informatie met Google of Yahoo dat het zich loont meerdere zoektermen op te geven, al dan niet met aanhalingstekens en woorden als 'AND'. Deze kennis is een heuristiek die je inzet bij nieuwe zoekprocessen om het aantal hits te verkleinen. We spreken, om niet te zeer in theoretische termen te vervallen, in dit rapport van 'zoekmethoden'.

2.1.3 Hoe wordt eenmaal gevonden informatie geïnterpreteerd?

Interpretatie van informatie wil eigenlijk zeggen dat 'tekst' in een 'context' wordt geplaatst: het nieuwe wordt met de al aanwezige kennis in verband gebracht en krijgt binnen die aanwezige kennis een plaats. Hoe die informatie precies wordt verwerkt, is afhankelijk van een aantal kenmerken.

Een sterke betrokkenheid bij een object of persoon leidt tot het aandachtig, bewust verwerken van informatie, waarbij bestaande cognities worden gebruikt. Petty en Cacioppo (1981) noemen dit de *centrale route* van informatieverwerking; Hamilton (2005) spreekt over doelbewuste informatieverwerking. De informatiezoeker denkt na over de informatie: is de informatie consistent, zonder tegenstrijdigheden met wat ik al weet of denk? Wat heb ik nu geleerd? Zijn eventueel aangevoerde bewijzen of argumenten aannemelijk?

Een zwakke betrokkenheid bij een object of persoon leidt niet tot het actief verwerken van de informatie en evenmin tot nadenken erover. Dat is de *perifere route* van informatieverwerking (Petty en Cacioppo 1981) ofwel automatische informatieverwerking (Hamilton 2005). Er wordt in deze variant weinig aandacht besteed aan de informatie zelf. Men vertrouwt op zeer algemene oordelen, vaak gebaseerd op uiterlijkheden: komt de

bron betrouwbaar over, of is de tekst met zorg opgemaakt, dan ‘zal het allemaal wel waar zijn’.

2.2 Vertaling van de concepten naar de praktijk

Uit verschillende gebruikersonderzoeken (Van der Linden en Booij-Steutel 2005; Sexton et al. 2004) blijkt dat de bekendheid met archieven op internet en zoekervaring in digitale archieven van essentieel belang zijn bij het onderscheiden van verschillende groepen archiefgebruikers. Dat betrokkenheid bij het onderwerp een rol speelt is logisch: wie niet geïnteresseerd is in informatie uit het verleden zal er niet naar op zoek gaan, en voor wie het verzamelen van deze informatie wel interessant maar niet zo belangrijk is, zal ook het zoekgedrag anders zijn dan voor semi-professionele liefhebbers. Zo hebben deze drie kenmerken een onderscheidende functie binnen het geheel van het archiefpubliek. Hoe moeten we ons de theoretische kenmerken echter in de praktijk voorstellen?

2.2.1 Cognities

Bestaande cognities – de kennis, verwachtingen en opvattingen die bezoekers van een archiefsite meebrengen – bepalen in hoge mate welke informatie zij zoeken, hoe zij zoeken en hoe tevreden zij na afloop van het bezoek zullen zijn. Een doorgewinterde historicus, met sterke cognitieve vaardigheden, weet waar hij moet zoeken en zoekt veel gedetailleerdere informatie dan iemand die snel even wat informatie zoekt over bijvoorbeeld het oude stadhuis maar niet precies weet of hij op de juiste website zit. Het is de vraag of deze vluchtige zoeker concrete kennis en verwachtingen heeft van zijn doel, de site en de eventuele resultaten voordat hij zijn zoektocht start. Het wel of niet hebben van die kennis heeft ook gevolgen voor de tevredenheid na afloop.

Relevante cognities voor het zoeken naar informatie op archiefwebsites zijn dus met name de kennis van en opvattingen over het verleden respectievelijk archieven en hoe die

gebruikt kunnen worden (vgl. Martin en Fraser 2003; Sabin en Samuels 2002). Zulke kennis kan afkomstig zijn uit opleiding of ervaring vanuit de vrijetijdsbesteding. Aan de hand van geleerde kennis over archieven en gebruik en van ervaringen van zichzelf met digitale archieven of uit verhalen van anderen, vormen mensen verwachtingen over eventueel toekomstig bezoek van een archiefwebsite. We onderscheiden de elementen:

- bekendheid met fysieke archieven (wat is en doet een archief?)
- bekendheid met virtuele archieven (wat zou ik op de website van een archief kunnen vinden?).

2.2.2 Zoekmethoden

Mensen die al doende ervaring hebben opgebouwd in het zoeken van informatie op internet, zullen minder begeleiding nodig hebben bij het vinden van wat ze zoeken dan degenen die net hun eerste schreden op het web hebben gezet. Daarbij komt dat ook zoekmachines op archiefwebsites hun eigen gebruiksaanwijzing hebben. Ervaren en onervaren groepen hebben verschillende benaderingen nodig. De eerste groep kan gefrustreerd raken doordat zijn zoekstrategieën, die zich elders op het internet hebben bewezen, hier niet werken. De tweede groep kan juist afgeschrikt worden doordat er te weinig begeleiding in het zoekproces wordt geboden.

De belangrijkste zoekvaardigheden die betrekking hebben op het eventuele gebruik van digitaal archiefaanbod zijn:

- algemene zoekvaardigheden op internet. In eerste instantie zijn dat instrumentele vaardigheden (Steyaert 2000): het kunnen bedienen van de pc en gebruikmaken van programma's en algemene zoekmachines. In tweede instantie zijn dat de zogenaamde informatievaardigheden (Steyaert 2000): het kunnen selecteren, beoordelen en toepassen van gevonden informatie uit het gefragmenteerde internetaanbod.
- zoekvaardigheden die nodig zijn voor het gebruiken van de zoekmachines van archieven. Het zoeken in online collec-

ties en archiefdatabases vergt andere en meer specialistische vaardigheden dan het gebruikelijke websurfen (Economou 2002; Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Ook het interpreteren van zoekresultaten vraagt om de nodige voorkennis van archiefinhouden.

Voor beide soorten vaardigheden ontwikkelen mensen routines in hun zoekpogingen op internet; zij leren hoe te zoeken door het te doen.

2.2.3 Betrokkenheid en informatieverwerking

De mate van betrokkenheid bij het onderwerp waarover men informatie zoekt en de daaropvolgende wijze van informatieverwerking (centraal of perifeer) speelt een belangrijke rol: iemand die sterker inhoudelijk betrokken is bij het onderwerp van zijn informatiezoektocht, zal nieuwe kennis centraal verwerken in zijn cognitief systeem; hij denkt erover na, probeert de nieuwe kennis in te passen in bestaande opvattingen en probeert eventuele tegenspraken tussen oude en nieuwe kennis te verhelpen. Bij het ontbreken van een dergelijke betrokkenheid – bijvoorbeeld omdat de informatie al bekend is of de interesse extern – zal perifere informatieverwerking plaatshebben. Op de inhoud van de informatie wordt niet of nauwelijks gelet, wel eventueel op de vorm (is de informatie aantrekkelijk gepresenteerd, volledig, duidelijk etc.).

De aard van de betrokkenheid bij het onderwerp waarover gebruikers informatie zoeken is te ontleden in drie elementen:

- diepgaande of oppervlakkige interesse. Hiermee hangt ook een ander aspect van de interesse samen:
- structurele of incidentele interesse
- specifieke informatievraag of ongerichte belangstelling.

Iemand met een diepgaande interesse zal de gevonden informatie overdenken, deze vergelijken met de kennis die hij al heeft over het onderwerp en de nieuwe elementen toevoegen aan die kennis. De vernieuwde kennisvoorraad en eventuele discrepanties daarin roepen vervolgens nieuwe vragen op. De interesse

kan zo groeien en zich verdiepen. Iemand bij wie de interesse kortstondiger en minder diep geworteld is, zal de gevonden informatie even ‘scannen’ en sneller tevreden zijn. Deze persoon heeft een indruk van ‘hoe het was in het verleden’, en dat is voldoende. Een structurele interesse zal vaak samengaan met sterkere cognitieve structuren ten opzichte van het verleden en archiefgebruik (en de kans op ontwikkeling daarvan) dan een incidentele interesse.

De gerichtheid van de informatievraag is een andere belangrijke determinant bij de verwerking van de gevonden informatie. Wanneer de zoeker niet een heldere, specifieke vraag heeft waarop een antwoord gezocht moet worden, is de verwerking van de gevonden informatie lastiger en verloopt deze vluchtiger. Ook hier geldt: men heeft een indruk van ‘hoe het was in het verleden’, en dat is voldoende. Wie wel een specifieke vraag heeft, kan in zijn of haar zoektocht meer structuur aanbrenge en is tevens beter in staat tot het beoordelen van de waarde van de resultaten en het verwerken ervan. De verwerking heeft niet alleen invloed op de kennis van de zoeker over de inhoud van het onderwerp: bij een duidelijke vraag is een zoekactie ook duidelijker gelukt of juist mislukt en de zoekroutines worden scherper bijgesteld dan bij een onheldere zoekvraag.

2.2.4 Drie concepten, acht typen

De drie concepten die hierboven besproken zijn, zetten we nu in dimensies (sterk-zwak, hoog-laag etc.) tegen elkaar af. Zo ontstaat een tabel met acht rijen, waarin verschillende typen gebruikers met bijbehorende kenmerken kunnen worden opgenomen. De cellen zijn hieronder met een aantal voorbeelden ingevuld (tabel 2.1).

Tabel 2.1

Typologie van erfgoedgebruikers op basis van sociaal-psychologische concepten

type	cognities: kennis, opvattingen, verwachtingen	zoekmethoden: schema's, scripts, frames	betrokkenheid en informatie-verwerking	voorbeeldgroep
1	hoog/sterk	ontwikkeld	hoog/centraal	ervaren historici
2	hoog/sterk	ontwikkeld	laag/perifeer	geroutineerde archivariissen
3	hoog/sterk	onontwikkeld	hoog/centraal	grootvaders
4	hoog/sterk	onontwikkeld	laag/perifeer	journalisten
5	laag/zwak	ontwikkeld	hoog/centraal	genealogie-starters
6	laag/zwak	ontwikkeld	laag/perifeer	havo-leerlingen
7	laag/zwak	onontwikkeld	hoog/centraal	cultuurtoeristen
8	laag/zwak	onontwikkeld	laag/perifeer	deelnemers aan een cursus computervaardigheden

In deze tabel kan in feite iedere (potentiële) doelgroep een plaats krijgen. Daarvoor moet nagegaan of ingeschat worden waar de groep zich bevindt ten opzichte van archiefwebsites wat betreft cognities, zoekmethoden en betrokkenheid. Als de groep ingedeeld is, is het maken van specifiek doelgroepenbeleid mogelijk omdat duidelijk is waaraan de groep behoefte heeft. Zo kan met behulp van de toegepaste kenmerken een beter inzicht verkregen worden in het gedrag van de (potentiële) archiefklant.

De tabel is een vereenvoudiging van de werkelijkheid. Bij cognities, zoekmethoden en betrokkenheid onderscheiden we in dit rapport voor het gemak alleen 'hoog' en 'laag' en niet de tussenposities ('gemiddeld', 'redelijk ontwikkeld') die ongetwijfeld ook voorkomen. Een verdere verfijning van de typologie is voor de praktijk wel aan te bevelen, afhankelijk van de aard van het archief en de definitie van de doelgroepen.

2.2.5 *Vierde stadium: hoe wordt de informatie zelf en de wijze waarop deze is aangeboden, naar inhoud en vorm, gewaardeerd/geëvalueerd?*

Aan de drie stadia die we in paragraaf 2.1 onderscheidde, kunnen we nu nog een laatste stadium toevoegen: de *evaluatie*. Nadat een informatiezoeker zich heeft beziggehouden met zijn zoektocht naar informatie worden de gevonden informatie én het zoekproces verwerkt in een evaluatie.

Voor de waardering van gevonden informatie en de evaluatie van het zoekproces, is van belang wat de motivatie aan het begin van het zoekproces was. Als achter de ‘waarom’-vraag (de eerste van de vier vragen) een kennistekort schuilging, dan zal de waardering van informatie en zoekproces positief zijn als de zoeker de kennislacune heeft kunnen opvullen. Ook kunnen de zoekmethoden en de betrokkenheid door het vinden of juist niet vinden van informatie zijn veranderd.

Verandering van cognities, zoekmethoden en betrokkenheid

De zoeker leert door het archiefwebsitebezoek nieuwe dingen. Wellicht datgene waarnaar hij op zoek was, of iets anders waar hij toevallig tegenaan liep. Hij ontwikkelt andere opvattingen: het verhaal blijkt bijvoorbeeld toch niet zo spannend als eerder gedacht. Ook verwachtingen worden bijgesteld: na vele pogingen de gezochte informatie te vinden, geeft hij de moed maar op, of hij wordt juist vanuit een kalme interesse laaiend enthousiast vanwege een mooie vondst.

Door een zoektocht naar informatie worden ook de zoekvaardigheden aangescherpt. Ervaringen met goede en minder goede zoekmanieren worden opgeslagen en de effectieve handelingen worden de volgende keer weer ingezet bij een zoekactie.

Afhankelijk van de vraag of de centrale dan wel perifere route is gebruikt, zal eerder de *inhoud van de informatie* of de *vorm waarin de informatie is gepresenteerd* het onderwerp van evaluatie zijn. In het eerste geval zet de zoeker bij de interpretatie

de eigen, al aanwezige kennis in. In het tweede geval richt de aandacht zich niet op de inhoud van de informatie. Het wordt dan waarschijnlijker dat de vormgeving waarin de informatie is verpakt, of degene die de informatie brengt, onderwerp van de aandacht wordt. Een mooi voorbeeld uit Duitsland: daar werd ten tijde van bondskanselier Kohl op nieuwjaarsdag per abuis diens toespraak van het jaar ervoor opnieuw uitgezonden. De eerste die erachter kwam en de omroep belde, had dit herkend doordat de kanselier precies dezelfde stropdas droeg als bij de toespraak het jaar ervoor, en niet door de inhoud van de toespraak...

Deze ervaring kan er dus voor zorgen dat cognities ten aanzien van het verleden en archieven sterker worden. Iemand leert door gebruik van een archiefwebsite over het verleden en over het functioneren van een archief; zijn opvattingen en verwachtingen worden aangescherpt. Ook zoekmethoden kunnen versterkt worden door het gebruik van archiefsites. De zoeker pikt op hoe een site wel of niet gebruikt kan worden en wat handige zoekmanieren zijn. De betrokkenheid bij het onderwerp kan versterken maar ook verzwakken na een bezoek aan een archiefwebsite. Een mooi zoekresultaat kan enthousiasme aanwakkeren, terwijl een overdosis oninteressante informatie of een schamel zoekresultaat enthousiasme kan temperen. Het gebruik van archiefwebsites en andere confrontaties met het verleden of met archieven kan er dus voor zorgen dat gebruikers, in termen van tabel 2.1, van het ene type naar het andere overgaan.

2.3 Beschrijving huidig en potentieel publiek

In verschillende pogingen om, al dan niet door onderzoek, tot een doelgroepsegmentatie te komen, wordt door verschillende instellingen en onderzoekers gewerkt met uiteenlopende terminologieën om typen gebruikers aan te duiden. Groepen binnen het huidige virtuele publiek worden ook op verschillende

wijze ingedeeld (bv. Martin en Fraser 2003; Smit-Kreetz 2003; Strachan 2004). In de hoofdstukken drie, vier en vijf komen de resultaten van dergelijke onderzoeken en indelingen aan bod. Dat er tussen de indelingen geen duidelijke consensus is over belangrijke en minder belangrijke kenmerken van gebruikers, maakt het lastig om ze in de praktijk te gebruiken. Ook de basis waarop is gesegmenteerd, is vaak niet helder. Gebruiken we bovenbeschreven kenmerken echter als discriminanten, dan kunnen we iets meer zicht krijgen op het globale karakter van de grootste groepen binnen het huidige en potentiële publiek, voordat we in de hoofdstukken drie, vier en vijf ons verder verdiepen in de afzonderlijke kenmerken cognities, zoekmethoden en betrokkenheid.

2.3.1 *Huidige gebruikers*

Globaal genomen bestaat het huidige archiefwebsitepubliek uit gebruikers die zelfstandig historisch onderzoek doen met behulp van archiefwebsites. Deze onderzoekers vertonen sterke cognitieve structuren (ze hebben kennis van zaken en weten goed welke informatie ze kunnen verwachten), meestal redelijk of goed ontwikkelde zoekmethoden en een hoge betrokkenheid bij hun onderzoek. Er is echter nog wel een verschil binnen deze groep 'gravers'. Dit verschil wordt met name veroorzaakt door de tijdsbesteding van de gebruikers aan hun hobby. Minder actieve gebruikers onderscheiden zich door een geringere tijdsbesteding aan hun interesse en (wellicht daardoor) vaak iets minder ontwikkelde zoekmethoden (Strachan 2004; Smit-Kreetz 2003). De groep zeer actieve gebruikers heeft een structurele interesse die tot uiting komt in frequent sitebezoek. Er is zelfs een harde kern dagelijkse bezoekers op sommige archiefwebsites. Veel van de huidige gebruikers waren ook al voor de digitalisering van archieven bekend met het zoeken van archivalia. Een ander deel is aangemoedigd door de gemakkelijke beschikbaarheid van online catalogi en documenten.

Het Nederlandse virtuele archiefpubliek is volgens Van Dijken en Stroeker (2003) maximaal 13% van de bevolking

groot.² De leden van deze groep bezoeken ook wel eens een fysiek archief. Een kleine meerderheid is mannelijk, de gemiddelde leeftijd ligt iets hoger dan de gemiddelde Nederlandse leeftijd maar iets lager dan bij het huidige fysieke publiek. Het interessepatroon lijkt in de leeftijdscategorieën vanaf vijftig jaar overeen te komen met dat van het fysieke publiek, dat wil zeggen dat zo'n driekwart van de bezoekers naar genealogische informatie zoekt. In lagere leeftijdsklassen is er naar verhouding meer belangstelling voor de historie van plaatsen (regio's) en personen (Van der Linden en Booij-Steutel 2005; Van Dijken en Stroeker 2003).

2.3.2 Potentiële gebruikers

Potentiële gebruikers noemen we de groep mensen die aangeeft interesse te hebben in het verleden en in de toekomst van plan te zijn de website van een specifieke instelling of van archieven in het algemeen te gaan bezoeken (vgl. Van Dijken en Stroeker 2003; Martin en Fraser 2003). Dat is een groep van 28% van de bevolking die zegt in de toekomst gebruik te willen maken van het digitale archiefaanbod (Van Dijken en Stroeker 2003).

Bij nader onderzoek, door interviews en usabilitytests, blijkt dat deze groep op de drie kenmerken cognities, zoekmethoden en betrokkenheid heel anders scoort dan de huidige (Grant 2002; Sabin en Samuels 2003). We zouden mensen uit deze groep 'latente snuffelaars' kunnen noemen. Deze potentiële gebruikers beschikken over minder cognities ten aanzien van archieven, vaak onontwikkelde zoekmethoden als het gaat om zoeken op archiefwebsites en een lagere betrokkenheid bij het verleden en archieven dan de huidige gebruikersgroep. De belangstelling is meestal ongericht en incidenteel: ze hebben geen specifieke vraag maar willen zo nu en dan een indruk krijgen van een onderwerp uit het verleden.

Het belangrijkste onderscheidende kenmerk ten opzichte van de huidige gebruikers is dat de latente snuffelaars niet veel kennis hebben van archieven en van het digitale archiefaanbod. Het feit dat zij (nog) geen gebruik maken van digitaal erfgoed

ligt dus niet in de eerste plaats aan tijd- of interessegebrek, hoewel deze factoren wel een rol spelen. De gedachte dat er wellicht instellingen bestaan die historische documenten bewaren en op internet plaatsen, komt bij hen eenvoudigweg zelden op en ligt buiten hun alledaagse blikveld. Meer of minder op de voorgrond aanwezig is bij de snuffelaars wel de interesse voor een persoon, object of plaats uit het verleden. Eenmaal op het spoor gezet van de archiefwebsites blijken deze gebruikers enthousiast, maar blijken ze ook andere informatievragen te hebben dan de huidige gebruikersgroep. De vragen hebben vaak een directere relatie met de eigen omgeving of familie dan bij de huidige gebruikersgroep (Grant 2002). De groep heeft ook andere verwachtingen van en problemen met het gebruik van archiefwebsites dan het huidige virtuele publiek. In hoofdstuk drie en vier worden deze zaken uitgebreid besproken.

De potentiële gebruikers beslaan een kwart tot maximaal een derde van de bevolking (Martin en Fraser 2003; Van Dijken en Stroeker 2003). Deze nieuwe gebruikers zijn gemiddeld jonger dan de huidige gebruikers; de grootste groep wordt gevormd door 20- tot 50-jarigen (Martin en Fraser 2003; Wubs 2005). Daarbij tonen 25-plussers een bredere belangstelling voor het gebruik van archieven op internet dan jongeren onder de vijftientig. Naast het gebruik van digitale archieven voor voorouderonderzoek, dat ook mensen onder de vijftientig wel interessant zouden vinden om te doen, geven 25-plussers vaker aan dat zij archieven in de toekomst ook wel zou willen gebruiken om onderzoek te doen naar het eigen huis en de lokale omgeving (Martin en Fraser 2003; Strachan 2004). De ondervertegenwoordiging van ouderen onder dit potentiële publiek houdt voornamelijk verband met het gegeven dat ouderen meer weerstand hebben tegen het gebruik van internet (vgl. De Haan et al. 2004).

Ook over de mogelijke interessepatronen van de nieuwe gebruikers valt het een en ander te zeggen. Het grootste deel van hen is volgens Van Dijken en Stroeker (2003) geïnteresseerd in de geschiedenis van de eigen woonomgeving. De groepen

geïnteresseerden in beelden, de eigen woonomgeving of met een diffuus interessepatroon lijken ongeveer even groot (alle 4% van de in totaal 28% potentiële bezoekers onder alle Nederlanders). Peilingen in Groot-Brittannië geven overigens aan dat daar de meeste nieuwe gebruikers (37%) op zoek zullen gaan naar voorouderinformatie ; een iets minder grote groep (34%) zou (ook) geïnteresseerd zijn in de lokale omgeving (Martin en Fraser 2003).

Naast de toename van gebruik door groepen uit dit potentiële publiek, kan het gebruik van digitaal erfgoed groeien doordat huidige gebruikers meer van de diensten gebruik gaan maken. De leeftijdsgroep 35- tot 49-jarigen, die nu veelal incidenteel gebruikmaakt van archiefwebsites, zal naar verwachting meer tijd aan de liefhebberij gaan besteden wanneer deze niet meer economisch actief hoeft te zijn (Strachan 2004). Dit type bestaat uit mensen die qua kenmerken lijken op huidige structurele gebruikers, maar nu nog niet veel tijd te besteden hebben aan hun liefhebberij. Zij hebben de benodigde cognities en vaardigheden, of maken zich die door toenemend gebruik snel eigen. We richten ons daarom nu op de grootste groep potentiële gebruikers.

Het is duidelijk dat vorenstaande beschrijving van huidige en potentiële gebruikers een ruwe schets is. Natuurlijk is het geheel aan potentieel publiek nauwkeuriger te benaderen maar verdere segmentering van de potentiële gebruikersgroep is nog niet mogelijk omdat de basis daarvoor, gegevens over verschillende typen gebruikers, niet beschikbaar is. Bovendien moet een doelgroepenbenadering erop gericht zijn om het voor archieven mogelijk te maken het nieuwe publiek effectief te benaderen. Een regionaal historisch centrum in een kleine plaats zal groepen anders moeten benaderen dan een groot nationaal archief. Om die verfijning van de groepen aan te brengen is tabel 2.1 toe te passen op door instellingen zelf te kiezen groepen. Zulke zelfgekozen groepen zijn onder te brengen bij

een van de acht typen uit tabel 2.1. Op dat type kan vervolgens het doelgroepenbeleid worden toegespitst. Wanneer meer inzicht wordt verworven in de behoeften van een groep, kan er immers beter tegemoetgekomen worden aan die behoeften. Om meer zicht te krijgen op de cognities, zoekmethoden en betrokkenheid van de verschillende typen gebruikers wordt daar in de hoofdstukken drie, vier en vijf op ingegaan.

3 Cognities

Een van de onderscheidingscriteria bij het benaderen van groepen archiefpubliek is de mate waarin het betreffende, al dan niet potentiële, publiek bekend is met archieven en met de websites van archieven. Deze cognities ten opzichte van archieven worden in dit hoofdstuk gerelateerd aan de uitkomsten van onderzoeken onder wel- en niet-gebruikers van archieven. De vraag: *‘Welke verwachtingen van het gebruik van archieven via internet passen, volgens de literatuur, bij de verschillende doelgroepen?’*, die we stelden in de inleiding, wordt daarmee beantwoord. Niet alleen de verwachtingen, maar ook opvattingen en kennis betreffende archieven komen in dit hoofdstuk aan bod. Deze drie vormen zoals eerder gezegd samen de cognitieve structuren die bepalend zijn voor de waarschijnlijkheid dat mensen gebruik zullen maken van archiefwebsites en de tevredenheid waarmee ze dit zullen doen.

3.1 Wat is een archief?

Een tweetal onderzoeken uit Groot-Brittannië biedt veel inzicht in de houding van met name de niet-gebruikers van archieven. Dat zijn een onderzoek van Andy Martin en Jen Fraser (2003) van onderzoeksbureau MORI en een onderzoek van R.W. Sabin en L. Samuels (2003), uitgevoerd voor de Archives Task Force van het Britse Council of Museums, Libraries en Archives (MLA). Uit deze onderzoeken blijkt dat niet voor iedereen duidelijk is wat een archief is. De meest genoemde definitie is ‘een plek waar documenten worden bewaard’ (32%; zie tabel 3.1). Echter, ruim één op de vijf ondervraagden zegt niet te weten wat een archief is of geeft een verkeerd antwoord, zoals bijvoorbeeld ‘een kast waarin oude spullen bewaard kunnen worden’ (gezamenlijk 22%). Opvallend is dat met name onder jongeren

de onbekendheid met archieven groot is. Verder is de onbekendheid onder lager opgeleiden groter dan onder hoogopgeleiden.

Tabel 3.1

Fragment uit overzicht resultaat enquêtevraag ‘Wat is een archief?’, percentages van de Britse bevolking

leeftijd	totaal	15-24	25-44	45+
plek waar documenten worden bewaard	32	17	35	34
collectie van oude documenten zoals kranten, kaarten, foto's, dagboeken, kranten	18	14	17	20
documenten en oude papieren	16	14	17	16
collectie van documenten en oude papieren van een familie of instituut of gebied	11	7	1	13
weet niet	18	41	17	12

Bron: Martin en Fraser (2003) SCP-bewerking

3.1.1 Imago van archieven

Archieven worden door mensen die nog nooit een archief bezocht of gebruikt hebben, gezien als ontoegankelijk, zowel in geografisch als psychologisch opzicht. Zij weten niet waar archieven gevestigd zijn en verwachten er niet zomaar naar binnen te kunnen, daarvoor zou een afspraak nodig zijn. Gebruikers van archieven zijn volgens de ondervraagden vooral historici en andere professionals (Sabin en Samuels 2003: 4). De taak van een archief is, zo verwachten deze niet-gebruikers, het bewaren en conserveren van oude documenten. Als aan de respondenten wordt duidelijk gemaakt dat er ook een heel proces van selectie bij komt kijken, hebben ze het volste vertrouwen in de historici, die daar wel toe in staat zouden zijn. Termen die niet-gebruikers associëren met archieven zijn vooral: stoffig, officieel, ver weg en besloten. Stel dat ze ooit iets nodig zouden hebben uit een archief, dan zijn ze bang dat ze hun weg niet goed zouden kunnen vinden en door de informatie overweldigd zouden worden (Sabin en Samuels 2003: 4).

Musea hebben bij de respondenten een beter imago. Die bevinden zich op centralere locaties en men zou daar vanwege hun overeenkomstige functies ook archieven verwachten. Dit Britse beeld vertoont overeenkomsten met het beeld dat Van Dijken en Stroeker (2003) schetsen van de naamsbekendheid van archieven in Nederland. Die ligt vijftig procent lager dan de naamsbekendheid van bibliotheken of het kadaster en is ook minder bekend dan andere erfgoedinstellingen zoals musea en monumenten. De Britse respondenten zijn echter van mening dat lokale archieven uniek zijn, omdat ze een compleet beeld zouden geven van de geschiedenis van de regio. Die binding met de lokale bevolking spreekt aan (Sabin en Samuels 2003: 5).

3.1.2 Belang van archieven volgens de bevolking

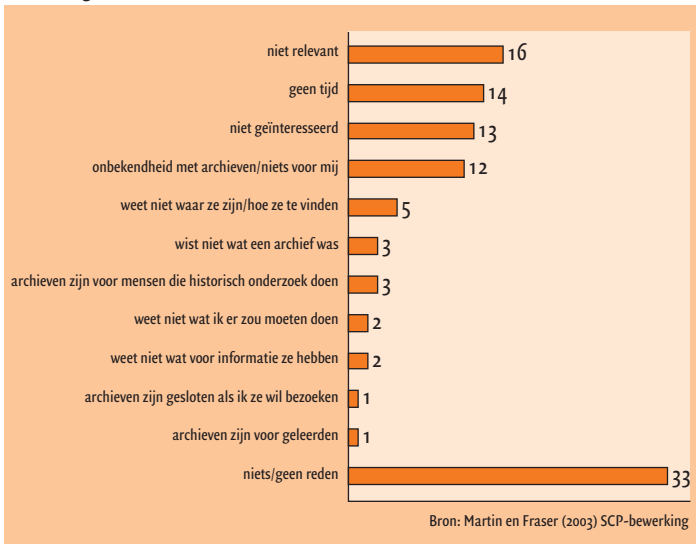
Het belang van archieven wordt, nadat de onduidelijkheid is weggenomen over wat een archief precies is, door veel mensen onderschreven. Van de ondervraagden van Martin en Fraser vindt 92% het werk van archieven (bewaren en publiek maken van historische documenten) belangrijk. 71% vindt het zelfs heel belangrijk. Mensen van boven de vijftientig vinden het belangrijker dan jongeren van 15-24: respectievelijk 74% en 53% vindt het werk van archieven heel belangrijk (Martin en Fraser 2003: 9). Sabin en Samuels kunnen deze mening nog iets specificeren. Hun respondenten vinden het belangrijk dat archieven bestaan: ze bewaren het publieke geheugen, het erfgoed en de geschiedenis van de gemeenschap. De respondenten gaan er overigens wel vanuit dat dergelijke instanties bestaan, maar ze zijn er niet bewust mee bezig (Sabin en Samuels 2003: 6).

3.2 Gebruik van archieven

In Nederland is 80% van de bevolking nog nooit naar een archief geweest (vgl. Van Dijken en Stroeker 2003). Van de Britten zegt 10% in het afgelopen jaar een archief te hebben bezocht. Wat heeft de overige 90% verhinderd dat te doen?

Figuur 3.1

Redenen voor het niet gebruiken/bezoeken van archieven, percentages van alle niet-gebruikers



Dertien procent van de ondervraagde niet-gebruikers is daadwerkelijk niet geïnteresseerd in archieven. De overige niet-gebruikers hebben geen specifieke reden (33%), geen tijd (14%), of zijn niet genoeg bekend met archieven om er een op te zoeken (zie figuur 3.1; Martin en Fraser 2003: 3). Sommigen geven ook aan dat archieven voor hen eenvoudigweg niet relevant zijn (16%).

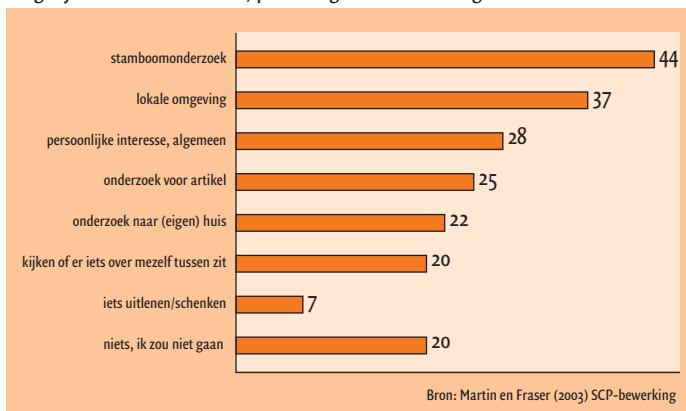
Wanneer in interviews de respondenten geconfronteerd worden met archiefmateriaal, blijken zij uitermate enthousiast. Het ‘kijken naar het originele stuk’ vinden zij fascinerend. De verwachting over wat archieven te bieden hebben, wordt hoger door de getoonde materialen (Sabin en Samuels 2003: 6). Ook het terugvinden van de eigen familienaam in archiefdocumenten en soortgelijke vondsten die herkenning oproepen, brengen positieve verwachtingen en gevoelens en een notie van ‘verbondenheid’ met zich mee (Sabin en Samuels 2003: 7).

3.2.1 Redenen voor eventueel toekomstig gebruik

In de onderzoeken wordt gevraagd waarvoor de deelnemers in de toekomst wellicht een archief zouden gebruiken. Zes procent van hen weet nog niet precies waarvoor en twintig procent ziet geen reden om gebruik te maken van archiefdiensten. Onder hen zijn 55-plussers enigszins oververtegenwoordigd. Het grootste deel (44%) zou wel eens onderzoek willen doen naar de voorouders. Ook willen veel mensen wel iets meer weten over hun lokale omgeving (37%). Het plan archieven te gebruiken om informatie te verzamelen voor het schrijven van een artikel wordt, niet erg verrassend, vooral geopperd door mensen in een arbeidzame positie. Ook het aantal hoogopgeleiden onder hen is bovengemiddeld (Martin en Fraser 2003).

Figuur 3.2

Mogelijke archiefactiviteiten, percentages van alle niet-gebruikers



3.2.2 Waarschijnlijkheid toekomstig archiefgebruik

Zowel gebruikers als niet-gebruikers laten een voorkeur voor het gebruik van archieven via internet blijken. Gebruikers waarderen vooral de snelheid waarmee informatie verkregen wordt en het gemak dat zij niet hoeven te reizen (Hill 2004; Wubs 2005). Van Britse niet-gebruikers denkt 37% in de komende

twee jaar waarschijnlijk het internet te zullen gebruiken voor stamboomonderzoek en 34% voor informatie over de lokale omgeving. Iets minder, namelijk 31%, denkt dat het waarschijnlijk is dat hij of zij een archief zal bezoeken (tabel 3.2). Vooral 15- tot 34-jarigen zijn in deze groep goed vertegenwoordigd, 48% denkt het internet te zullen gebruiken voor stamboomonderzoek en 40% voor omgevingsonderzoek. Bij 55-plussers is het significant minder waarschijnlijk dat ze het internet zullen gebruiken om archiefaanbod te bekijken dan bij andere leeftijdsgroepen. Bijna de helft (45%) van de 55-plussers weet zeker dat hij of zij dat niet zal doen. Dit patroon is goed te verbinden met het algehele gebruik van internet, dat onder ouderen een stuk lager ligt dan onder jongeren (Martin en Fraser 2003: 6). Overigens geldt dit laatste evengoed voor de Nederlandse bevolking (SCP 2005).

De voorkeur voor het gebruik van internet boven fysieke bezoeken en volgens Grant (2002) ook boven het gebruik van andere mediatoepassingen zoals cd-roms, wordt bevestigd door de bezoekersaantallen van Britse archiefwebsites. Vanaf de start van websites beginnen ogenblikkelijk de virtuele bezoekersaantallen te groeien en deze krimpen tot nog toe vrijwel nooit.

De verwachtingen van mensen die al ervaring hebben opgedaan met het online bezoeken van een archief zijn vaker negatief. Veel van hen zijn in verwarring over de grote hoeveelheid websites die ze tegenkwamen en wisten niet waar ze hun informatie moesten zoeken (Sabin en Samuels 2003: 7). Ook zijn de sites zelf, zo blijkt bij verscheidene usabilitytests, moeilijker dan de testpanels verwachtten, zelfs nadat de deelnemers waren voorgelicht over de inrichting van een archief (Economou 2002: 14). Kenmerkend voor *born digitals* (jonge mensen die opgegroeid zijn met het internet) is dat ze vaak niet weten wat een archief is, maar als ze eenmaal vernemen dat archieven bestaan, waar ze voor dienen en hoe je ze kunt gebruiken, verwachten zij ook meteen de volledige collecties online (Grant 2002). Onder de mensen

die het waarschijnlijk vinden een van de activiteiten uit tabel 3.2 te zullen ontplooiën, zijn verhoudingsgewijs meer mensen die hoogopgeleid zijn en een bovengemiddeld inkomen hebben dan onder de totale bevolking (Martin en Fraser 2003: 8).

Tabel 3.2

Waarschijnlijkheid gebruik van archieven in de komende twee jaar, percentages van alle respondenten

leeftijd	15-24	25-34	35-44	45-54	55+
gebruik internet voor stamboomonderzoek					
waarschijnlijk	47	48	44	44	17
onwaarschijnlijk	48	49	54	53	81
gebruik internet voor informatie over huis					
waarschijnlijk	24	32	30	26	9
onwaarschijnlijk	72	65	68	71	89
gebruik internet voor informatie over lokale omgeving					
waarschijnlijk	35	44	45	44	15
onwaarschijnlijk	60	53	53	53	83
fysiek bezoek archief					
waarschijnlijk	26	31	38	38	25
onwaarschijnlijk	68	63	47	57	71

Bron: Martin en Fraser (2003) SCP-bewerking

De belangrijkste factoren van invloed op het al dan niet gebruikmaken van archieven zijn het begrip van archieven en de nabijheid van de informatie. Dat zijn logische gevolgtrekkingen uit het voorgaande maar ook bij navraag aan de respondenten werd aangegeven dat deze zaken een stimulans zouden zijn voor een fysiek of virtueel bezoek aan een archief. Geïnformeerd worden over alle informatie die beschikbaar is en waar zij zouden moeten beginnen met zoeken, zou volgens 20% van de respondenten een stimulerende factor zijn. Daarna is de beschikbaarheid van te gebruiken informatie in de nabije omgeving belangrijk (26%). Voor iets meer mannen dan vrou-

wen is de beschikbaarheid via internet (meest nabij) belangrijk. Een archief in de buurt is ook een factor die meespeelt (21%).

3.3 Verwachtingen van huidige gebruikers

De verwachtingen van ervarener gebruikers van archieven en archiefwebsites verschillen van de bovenbeschreven verwachtingen. Zij weten wat een archief is, zijn er soms ook fysiek op bezoek geweest en hebben de tijd genomen om uit te zoeken hoe ze hun weg kunnen vinden op websites van archieven. Hun verwachtingen zijn concreter en algemener is te stellen dat hun cognitieve structuren ten aanzien van archieven sterker zijn. Verder kunnen we stellen dat bij de huidige gebruiker de wens vaak de vader is van de gedachte. Hij hoopt en verwacht informatie te vinden en daartoe wordt een hele zoektocht op touw gezet. Het is dan ook een teleurstelling als de gezochte informatie niet of niet binnen de verwachte tijd of op de verwachte plaats wordt gevonden. Gebruikers van archiefwebsites zoeken vaak zowel specifieke als algemene informatie over hun onderwerp, bijvoorbeeld een specifiek gebouw én informatie over dat soort gebouwen in het algemeen. Dit verwachten ze dan ook te vinden op de website. Hetzelfde geldt voor contextuele informatie die ze hopen te vinden om betekenis te kunnen geven aan specifieke resultaten van een zoektocht (Grant 2002). Hieraan liggen enkele implicietere verwachtingen ten grondslag: ze verwachten informatie die aansluit op hun eigen kennisniveau (Grant 2002: 31). Gegevens die al bekend zijn of die zij niet kunnen begrijpen, worden niet gezien als relevante informatie. Ook gaan zij ervan uit dat de betreffende website helder is in opzet en werking, zodat ingeschat kan worden of de gezochte informatie er gevonden kan worden. De kans dat een gebruiker een website links laat liggen omdat niet duidelijk is hoe er gezocht moet worden, is heel reëel. Ook verwachten de gebruikers dat het zoekstelsel niet moeilijk en de zoektocht boeiend zal zijn (Grant 2002; Wubs 2005). Wat gebruikers niet verwachten is dat ze moeten zoeken in verschillende, comple-

mentaire bronnen. Ze verwachten vaak de informatie die ze zoeken aangeboden te krijgen uit een combinatie van bronnen, als ze al begrijpen dat de database waarin ze zoeken een combinatie van verschillende bronnen is (Grant 2002; Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Belangrijk om op te merken is dat bovenstaande cognities natuurlijk ook gelden voor potentiële gebruikers. Ook zij zullen informatie verwachten die aansluit bij hun kennisniveau en websites die begrijpelijk zijn qua structuur. Dit soort verwachtingen vertoont al sterke overlap met wat we zoekstrategieën noemen. In hoofdstuk vier wordt daar dieper op ingegaan.

3.4 Conclusie

Het gezegde ‘onbekend maakt onbemind’ lijkt ook voor archieven op te gaan. De bekendheid met archieven is matig, vooral onder jongeren. Onder ouderen (45+) is de bekendheid iets beter. Nadeel van de groep van 55 jaar en ouder is dat in deze groep de posities bepaald lijken: ofwel iemand is al gebruiker van archieven (websites), ofwel iemand weet wel wat een archief is maar heeft geen behoefte om er gebruik van te maken, hetzij fysiek dan wel virtueel.

Het imago van archieven is ook niet al te best: woorden als ‘stoffig’ en ‘saai’ blijken nog van toepassing (vgl. Noordam 2005). Deze denkbeelden zorgen ervoor dat mensen niet op het idee komen dat archieven relevante informatie bevatten en dat iedere persoon (via fysiek of virtueel archiefbezoek) over die informatie kan beschikken als deze dat wil.

Wanneer mensen eenmaal bekend zijn met het fenomeen archief, blijkt dat de taak van archieven erg belangrijk wordt gevonden en dat zij de inhoud van met name lokale archieven waardevol achten.

Om de positieve verwachtingen over toekomstig archiefgebruik van de potentiële gebruikers te realiseren, is het zaak om (op grote schaal) meer bekendheid te creëren over wat een archief is en hoe je een archief kunt raadplegen. In termen van

het gebruikte instrument: de cognitieve structuren van niet-gebruikers moeten versterkt worden om van hen potentiële gebruikers te maken.

4 Zoekmethoden

De vraag naar ‘gebruikspatronen’ die een beeld moeten geven van het gebruik van archiefwebsites door de verschillende doelgroepen is vrij breed. Dit hoofdstuk gaat vooral over de specifieke zoekheurstieken van de huidige en potentiële gebruikers: het gebruik van zoekmachines op de websites. Een belangrijke invalshoek daarbij is opnieuw het grootste onderscheidende kenmerk: het verschil tussen ervaren en onervaren gebruikers. In dit geval is die ervaring toegespitst op de zoekheurstieken, de verschillen in zoekvaardigheden dus. Naast de bespreking van het zoekmachinegebruik wordt er ook aandacht geschonken aan de waardering voor online archiefaanbod van verschillende typen gebruikers.

4.1 Enkele patronen in het gebruik

De meeste huidige gebruikers komen op de site van een archief via een algemene internetzoekmachine (Hill 2004; Strachan 2004; Wubs 2005). Een indicatie van de gebruiksfrequentie: de gemiddelde gebruiker van de site van *The National Archives* in Londen bezoekt de site twee keer per maand tien minuten. Hij bekijkt zes tot zeven pagina’s per keer³ (Strachan 2004). Bij de gemiddelde gebruiker van de site van het Gemeentearchief van Amsterdam duurde een sessie (gemeten van 01-01-2006 tot 27-02-2006) elf minuten. Er waren in die periode gemiddeld 1,9 sessies en 37 paginaviews per bezoeker (Bourgonjen 2006).

De doelen waarvoor de virtuele gebruiker het internet raadpleegt, zijn vergelijkbaar met de doelen waarmee de fysieke bezoeker naar het archief komt: 72% gaat het internet op om stamboomonderzoek te doen, 5% zoekt (ook) naar informatie in het kader van een algemene historische interesse, 6% zoekt gegevens over de eigen woning, 9% heeft een diffuus interessepatroon (‘snuffelt’), 2% zoekt oude foto’s en 6% zoekt nog iets

anders.⁴ (Van Dijken en Stroeker 2003). Sommige gebruikers bezoeken de website als voorbereiding op een fysiek bezoek, dit geldt echter alleen voor zeer actieve geïnteresseerden (Wubs 2005).

Het grootste gedeelte van het huidige virtuele publiek is dus op zoek naar genealogische informatie. Volgens Van Dijken en Stroeker (2003) zijn potentiële virtuele klanten met name nieuwsgierig naar hun lokale omgeving, volgens Martin en Fraser (2003) zal het grootste deel van hen iets willen weten over voorouders (37%) en een iets kleiner deel (34%) (ook) over de lokale omgeving. We zouden in ieder geval voorzichtig kunnen concluderen dat potentiële gebruikers, evenals de huidige ondiepe gravers, zo nu en dan nieuwsgierig zijn naar informatie over een historisch onderwerp dat op een directe manier iets met hen zelf te maken heeft (Wubs 2005). De archiefdocumenten zelf, die soms voor leken moeilijk te begrijpen zijn en die nog lang niet altijd digitaal zijn ontsloten, zijn voor hen waarschijnlijk minder interessant dan contextuele informatie over gebieden en manieren van leven in vroeger tijden. Oude documenten dienen voor hen als illustratie, minder als bron.

4.2 Zoekmachines

Het gebruik van zoekmachines op archiefwebsites varieert, net als het gebruik van de websites in het algemeen, enorm tussen de verschillende gebruikersgroepen (Hill 2004; Grant 2002; Grant 2003). Er zijn geen gedetailleerde gebruiksstrategieën per type gebruiker uit te tekenen. Wel is duidelijk dat er een belangrijk onderscheid te maken is tussen twee soorten gebruikers met verschillende soorten kennisproblemen. Dat is, zoals eerder aangegeven, de mate van bekendheid en de ervaring die een gebruiker heeft met het concept archieven (Grant 2002; Hill 2004; Van der Linden en Booij-Steutel 2005).

Dit onderscheid, dat in de beschrijving van de cognitieve structuren aan de oppervlakte kwam, komt terug in de onderzoeken naar de bruikbaarheid en gebruiksvriendelijkheid van

websites. De voor dit hoofdstuk veel geraadpleegde usability-tests worden in het algemeen uitgevoerd met vrijwilligers ‘van de straat’, die geen ervaring hebben met archiefwebsites en bij de test voor het eerst een archief van binnen zien. Deze tests geven vaker dan tevredenheidsonderzoeken onder huidige gebruikers, bijvoorbeeld via een websurvey, negatief gestemde resultaten. De gedachte dat huidige gebruikers al de tijd hebben gehad en genomen om zich bekend te maken met archiefaanbod en door ervaring een soort zoekstrategie hebben ontwikkeld, sluit aan bij dit gegeven. Waar mogelijk zal in deze paragraaf dit onderscheid tussen ervaren en onervaren gebruikers gehandhaafd worden.

4.2.1 De eerste keer

Bij het eerste bezoek aan de website van een archief slaat vrijwel iedere gebruiker een eventuele introductie of handleiding over (Economou 2002). Tekst die langer is dan een paar regels wordt niet gelezen, hoogstens even gescand op steekwoorden. Dat betekent dat onervaren gebruikers geen idee hebben hoe de zoekmachine werkt en hun acties baseren op trial-and-error (Van der Linden en Booij-Steutel 2005; Wubs 2005). In een test met vier verschillende sites begonnen de deelnemers bij de vierde site een idee te krijgen van de bedoeling van de websites en de manier waarop ze konden zoeken. Dat was na een half uur (Economou 2002). Voor deelnemers aan een test, die wellicht een kleine vergoeding krijgen en er nu toch eenmaal mee bezig zijn, is deze tijdspanne misschien nog te overzien maar voor gebruikers thuis, met een beperkt tijdbudget en een vraag zonder hoge prioriteit, is een dergelijke tijdspanne inclusief een aantal vruchteloze zoekpogingen meer dan genoeg om af te haken voordat de gewenste informatie gevonden is. De helpfunctie die sommige websites aanbieden, wordt niet of nauwelijks gebruikt (Economou 2002).

4.2.2 Zoekstrategieën

Het zoeken met zoekmachines op archiefwebsites wordt als erg moeilijk ervaren. Dit geldt voor onervaren gebruikers uiteraard nog sterker dan voor gebruikers die er vertrouwd mee zijn, hoewel ook zij vaak niet over een optimale zoekstrategie beschikken (Van der Linden en Booij-Steutel 2005; Economou 2002). Websitebezoekers baseren hun zoekgedrag op 'proberen en kijken wat ervan komt'. Het intypen van een paar termen is immers zo gepiept en als het niets oplevert, kost een nieuwe poging niet veel extra moeite. Websitebezoekers hebben geen bewuste, vooraf geconstrueerde zoekstrategie. Aanpassingen in de zoekstrategie ontstaan dan ook niet door het lezen van instructies maar door de feedback die een zoekactie oplevert (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Het uitgangspunt van deze trial-and-error is meestal de ervaring met een algemene zoekmachine: van iedere zoekfunctie wordt verwacht dat zij werkt als Google (Van der Linden en Booij-Steutel 2005: 15). Op websites die voorzien zijn van een quicksearchfunctie wordt die dan ook veel gebruikt, met name door gebruikers die nieuw zijn op de site.⁵ Professionele gebruikers geven aan dat zij quicksearch gebruiken om de breedte van de collectie af te tasten, als aanvulling of voorbereiding op de advanced search (Ramsden et al. 2003).

Onervaren gebruikers lijken meer gesteld te zijn op doorklikken dan op het intypen van termen in een zoekvenster (Sexton et al. 2004; Hill 2004). Ze browsen graag door indexen of thesauruslijsten (Vergo et al. 2001). Voor mensen zonder uitgekristalliseerde informatievraag helpt het klikken door verschillende items hun vraag concreet te maken en een beeld te krijgen van de beschikbare informatie (Sexton et al. 2004). Professionele gebruikers echter zien het aanbieden van indexen waarbij onder de trefwoorden informatie te vinden is als een ongepaste vorm van bemoeienis van de aanbieder en een vorm van interpretatie van gegevens. Dat laatste is volgens deze gebruikers een kwalijke zaak voor een archief, omdat deze alleen de bronnen moet weergeven (Sexton et al. 2004).

4.2.3 Bronnen en context

Zoals er verschil is in opvattingen over het gebruik van indexen en trefwoorden als zoekmechanismen, is er ook een verschil in behoeften wat betreft de presentatie van de bronnen. Alle gebruikers willen graag een afbeelding van het origineel te zien krijgen. Sommigen zouden daarnaast graag de transcriptie lezen, anderen hebben liever extra informatie over de herkomst van het stuk of links met soortgelijke stukken en een enkeling vindt het belangrijk dat de metadata opvraagbaar zijn. Een combinatie van deze drie mogelijkheden is natuurlijk favoriet (Sexton et al. 2004).

Voor nieuwe gebruikers geldt dat zij vaak niet precies begrijpen dat zij op een archiefwebsite aan het zoeken zijn in verschillende databases met daarin afbeeldingen van bronnen of indexen van bronnen. Vanuit hun Google-perspectief verwachten ze dat er een soort encyclopedische informatie of tenminste bewerkt bronmateriaal gegeven zal worden. Voor deze gebruikers is het noodzakelijk dat er duidelijkheid gegeven wordt op de site in wat voor soort database er gezocht wordt met welke zoekfuncties en wat voor resultaten daar uit kunnen komen (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Op sites waar in meerdere databases kan worden gezocht, is deze informatie niet alleen voor onervaren gebruikers maar evenzo voor de wat ervarener gebruikers relevant. Die laatsten verwachten vaak dat ze in een combinatie van databases kunnen zoeken, in plaats van in afzonderlijke databases (Sexton et al. 2004).

Daarnaast vinden met name onervaren gebruikers het moeilijk om aan de gevonden resultaten betekenis te verbinden. Ze hebben extra, contextuele informatie nodig om het gevondene te kunnen plaatsen en begrijpen (Grant 2002; Hill 2004). Contextuele informatie verlevendigt de zoektocht voor de liefhebber en maakt de zoekresultaten boeiend. Professionele gebruikers daarentegen zien niets in contextuele informatie. Net als bij het aanbieden van trefwoordindexen vinden zij dit een vorm van interpretatie die niet thuishoort bij een aanbieder van bronnen (Sexton et al. 2004).

4.2.4 Zoekproblemen

Er treden nogal wat problemen en frustraties op bij het gebruik van zoekmachines op archiefwebsites. Vooral onervaren zoekers hebben vaak moeite te begrijpen wat er op de site van hen wordt verwacht. Zoals gezegd is het soms voor bezoekers niet duidelijk dat ze te maken hebben met een zoekfunctie die zoekt in een verzameling bronnenmateriaal. Niet iedereen begrijpt op het eerste gezicht ook het verschil tussen een zoekfunctie die alleen de site doorzoekt en een zoekfunctie die verbonden is met de onderliggende database (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Daarnaast zijn bezoekers vaak niet gewend aan de soms geavanceerde zoekopties die worden geboden: ze kennen de juiste zoektermen niet en begrijpen niet wat ze in welk veld moeten invullen (Economou 2002; Sexton et al. 2004). Daardoor gebeurt het vaak dat gebruikers denken dat wat zij zoeken niet beschikbaar is, terwijl het er wel is maar met hun manier van zoeken niet aan de oppervlakte komt (Economou 2002). Deze onbekendheid met en onduidelijkheid rond de zoekmachines pleit voor een heldere en bondige uitleg op websites (Van der Linden en Booij-Steutel 2005), temeer daar gebruikers het zelf ook erg vervelend vinden om veel werk en tijd te moeten spenderen aan het zoeken van de juiste informatie, terwijl die wellicht met de juiste zoekstrategie zo gevonden is. De ergernis wordt compleet wanneer de gewenste informatie uiteindelijk helemaal niet gevonden wordt (Vergo et al. 2001). Het is dan ook niet ondenkbaar dat nieuwe gebruikers teleurgesteld raken en hun zoektocht opgeven.

Het ontwikkelen van een zoekstrategie (via de trial-and-errormethode) wordt gefrustreerd wanneer een zoekmachine geen of nauwelijks feedback genereert bij een vruchteloze zoekpoging. Juist omdat gebruikers geen instructies lezen maar leren door te proberen, zou het geven van adequate feedback nuttig zijn (Van der Linden en Booij-Steutel 2005).

Niet alleen de manier waarop de zoekmachine werkt, wordt lang niet altijd begrepen, ook de resultaten van een zoekpoging worden soms niet onderkend. Wanneer iemand een soort

encyclopedische items verwacht, herkent hij of zij bijvoorbeeld een set catalogusreferenties niet als waardevolle zoekresultaten. Er is dus onduidelijkheid over de aard van de resultaten: wat zijn het? Daarnaast kan er onduidelijkheid bestaan over de manier waarop de informatie is georganiseerd en gepresenteerd. Gebruikers geven aan dat ze soms niet begrijpen waarom treffers opduiken: aan de hand van welke termen of criteria zijn de zoekresultaten geselecteerd en gesorteerd? Het weergeven van zoektermen bij de resultaten en een beschrijving van het resultaat kunnen al veel duidelijkheid bieden (Economou 2002; Archives Network Wales 2005).

Wanneer tot en met de herkenning van de resultaten de zoektocht geslaagd is, zijn gebruikers soms onaangenaam verrast dat collecties niet compleet online te vinden zijn (Vergo et al. 2001; Archives Network Wales 2005). Ze verwachten dan op zijn minst een aantal links naar andere websites waar een aanvulling op de ontbrekende content wellicht te vinden is (Economou 2002).

4.3 Waardering door gebruikers

Zowel huidige gebruikers als onervaren testpanels waarderen archiefsites vanwege het rijke aanbod aan informatie, die gemakkelijk verkrijgbaar is, namelijk vanachter de pc thuis (Vergo et al. 2001; Wubs 2005). Bruikbaarheid en informatierijkdom worden door gebruikers hoog aangeslagen. Wanneer de informatie voor gebruikers moeilijker te traceren is, wordt de waardering logischerwijs ook lager (Economou 2002). Wat opvalt is dat onervaren testpanels het gebruik van de sites niet zien als leuke of onderhoudende vrijetijdsbesteding of als entertainment, maar als 'interessant' of als educatie. Het werken met zoekmachines lijkt volgens de testpanels meer op werk dan op vrijetijdsbesteding. Ook tonen deze panels, die vaak bestaan uit willekeurige proefpersonen die niet per se een interesse voor het verleden hoeven te hebben, geen belangstelling voor mogelijkheden tot interactie met content (een persoonlijk

filter of bewaarsysteem) of met andere gebruikers op de site (chatten) (Vergo et al. 2001). Alleen van vergevorderde amateur-historici is tot nog toe bekend dat zij op bijvoorbeeld fora actief zijn en de behoefte hebben om de informatie die zij hebben te verspreiden, hoewel dat voor de gehele harde kern van erfgoedliefhebbers geldt (Wubs 2005). Om meer te kunnen zeggen over de levensvatbaarheid van bijvoorbeeld erfgoedcommunity-projecten zou dit onderwerp meegenomen moeten worden in toekomstig onderzoek.

Voor gebruikers is het online bekijken van oude en betekenisvolle documenten leuk: de beschikbaarheid van zulke documenten wordt bijzonder gewaardeerd. Dat geldt met name voor mensen die nooit fysiek een archief bezoeken (Hill 2004). Voor gebruikers die hun zoektocht wel fysiek in een archief voortzetten, betekent het websitebezoek soms een voorbereiding op het fysieke bezoek (Ramsden et al. 2003; Wubs 2005).

4.3.1 *Verschillen tussen groepen in waardering*

In de verschillende onderzoeken komen jongeren (middelbareschoolleeftijd) niet als grote enthousiastelingen uit de bus. Ze geven aan uit zichzelf niet echt geïnteresseerd te zijn in de archieven maar de websites wel te gebruiken voor een schoolopdracht, wanneer zo'n website door een algemene zoekmachine (Google) opgegeven wordt (Economou 2002). Oudere, onervaren gebruikers zijn van zichzelf wel geïnteresseerd in het aanbod van archieven, bijvoorbeeld voor stamboomonderzoek, maar vinden de websites aardig ingewikkeld. Deze mensen zouden op weg geholpen moeten worden (Economou 2002).

Het actiefste deel van de huidige gebruikers, waaronder academici, archivariissen en andere professionals, vindt websites vaak erg bruikbaar. De sites bieden waardevolle informatie voor onderzoek en onderwijs en het online zoeken spaart tijd uit (Ramsden et al. 2003).

4.3.2 *Verschillen tussen groepen in evaluatie*

Het verschil in cognitieve structuren en zoekheurstieken tussen gebruikers heeft onder meer te maken met de prioriteit van de interesse voor het verleden en met het beschikbare tijd-budget. Serieuze liefhebbers (diepgravers) hebben vaak meer tijd om zoekvaardigheden te ontwikkelen en zich in te werken in de organisatie en het jargon van archieven. Geïnteresseerden met een incidentelere interesse en een kleiner tijdbudget zijn nauwelijks bereid om specifieke zoekvaardigheden te leren of door vakjargon heen te bijten voordat ze iets te weten kunnen komen (zie ook paragraaf 5.1). Een deel van deze gebruikers kan het idee krijgen dat de website bedoeld is voor andere mensen, die wel begrijpen waar het over gaat en die de juiste zoekvaardigheden beheersen, zoals professionals (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Deze gebruikers haken veel sneller af. Ze zijn op zoek naar meer bewerkte en gecomprimeerde informatie dan die in zoekmachines van archieven te vinden is. Potentieel publiek zal met name bestaan uit mensen met deze ‘snackers’-kenmerken.

Behalve de mate van vaardigheden verschilt ook het perspectief waarmee mensen naar een website komen. Ervaren of professionele gebruikers, op de hoogte van de organisatie van archieven, wensen vaak een overzicht van de content zodat ze snel kunnen zien of ze goed zitten. Ze willen ook graag informatie over de totstandkoming van de digitale collectie en eventuele bijbehorende contextuele informatie. Ze hechten belang aan de authenticiteit van de informatie en willen graag inzicht hebben in de processen daaromheen. Minder ervaren vrijetijdsgebruikers daarentegen zijn op zoek naar bevrediging van hun nieuwsgierigheid naar het verleden (of naar een snelle voltooiing van een schoolopdracht). Ze zijn niet geïnteresseerd in achterliggende archiefmatige informatie, zoeken het liefst via trefwoorden en hebben behoefte aan betekenisvolle uitleg bij documenten (Vergo et al. 2001; Wubs 2005).

Wat bij nieuwe gebruikers erg populair is, zijn *live tours* op de website: een filmpje waarin iets uitgelegd wordt over de content

of waarin de bezoeker wordt meegenomen op een zoektocht of beleving van bijvoorbeeld een bekend persoon. Ook programma's waarin bezoekers door een nieuw element op de site worden geleid of door een ontdekkingstocht in de content met behulp van tekst (of liever audio-tekst) slaan aan. Nieuwe gebruikers worden aangesproken door zulke belevingen (Vergo et al. 2001).

4.4 Conclusie

De gebruikspatronen van de verschillende typen gebruikers hebben alles te maken met hun ervaring met archiefwebsites, de mate van interesse en het beschikbare tijdbudget. Naast opleiding en algemene internetvaardigheden hebben deze drie factoren invloed op de specifieke zoekheeristieken van gebruikers, met andere woorden: de mate waarin een persoon op een archiefwebsite uit de voeten kan. Dat betekent dat bij de meeste potentiële gebruikers, die op alle drie de factoren gemiddeld of laag zullen scoren, problemen zullen optreden bij het gebruik van archiefwebsites. De meeste sites zijn niet afgestemd op onwetende gebruikers.

De meerderheid van de huidige gebruikers zoekt naar genealogische informatie. Wanneer meer potentiële gebruikers worden bereikt, zal de vraag naar informatie niet meer hoofdzakelijk uit genealogie bestaan maar ook andere voor het individu relevante informatie vragen bevatten, zoals vragen over de eigen leefomgeving.

Het zoeken met zoekmachines op archiefwebsites is moeilijk. Huidige bezoekers hebben het zich in meer of mindere mate eigen gemaakt, maar de kans is klein dat potentiële bezoekers dat ook gaan doen. Hun interessespatroon is anders en hun tijdbudget kleiner. Dat betekent dat het aanbod aan informatie op archiefwebsites anders georganiseerd moet worden als archieven potentiële klanten willen bereiken. De meeste onervaren, nieuwe gebruikers waarderen het huidige aanbod wel, maar hebben veel contextuele informatie nodig.

De kans is groot dat zij afhaken voordat ze bekend zijn met de organisatie van de informatie. Hier treedt ook een duidelijk verschil op tussen professionele of meer gevorderde amateurgebruikers en licht-geïnteresseerde groepen bij wie het eerste gebruik van een archiefwebsite nog moet plaatsvinden. De eerste groep is bekend met archieven en bijbehorende zoekstrategieën, heeft behoefte aan bronmateriaal, authenticiteitsgaranties en geavanceerde zoekmogelijkheden. De tweede groep is onbekend met archieven en bijbehorende zoekstrategieën en heeft behoefte aan een aanbod dat meer gericht is op entertainment en bevrediging van incidentele nieuwsgierigheid naar het verleden.

5 Betrokkenheid en informatieverwerking

In het instrument voor typering van gebruikers van archiefwebsites (tabel 2.1) zijn de betrokkenheid en de informatieverwerking van de gebruiker ondergebracht in kolom vier, naast de cognities en zoekheuristieken. Naar de betrokkenheid van gebruikers bij onderwerpen uit het verleden (of uit de kunst- en cultuursector) in relatie tot het gebruik van internet is niet veel onderzoek gedaan. Betrokkenheid speelt echter een belangrijke rol bij de verwerking van de informatie en wordt daarom nader besproken.

Men kan er gevoelig van uitgaan dat iedereen die een archiefsite bezoekt (de huidige gebruiker), gemiddeld tot sterk betrokken is bij het onderwerp waarop zijn zoektocht betrekking heeft – vanwege de aard van de in archieven beschikbare materialen in elk geval sterker dan de gemiddelde bezoeker van een museum of een bibliotheek (vgl. Noordam 2005). Als archieven echter ook mensen willen bereiken die in eerste instantie nog niet betrokken zijn bij de onderwerpen en het materiaal uit het verleden, is het belangrijk om te weten of deze eventuele gebruikers bijvoorbeeld een structurele of incidentelere interesse hebben en of er gezocht zal worden met een specifieke vraag of algemener naar wat informatie over vroeger. De afstemming van het aanbod is hiervan afhankelijk. Daarom zal hier zo goed mogelijk beschreven worden wat de verschillen in betrokkenheid en informatieverwerking tussen gebruikers-typen kunnen zijn.

5.1 Patronen van interesse

In een steekproef van fysieke archiefgebruikers die in 2004 een archief bezochten, was 64% geïnteresseerd in genealogie, 34% in historische informatie, 14% in informatie over een

woning of straat en 10% in foto's of prenten (Evidens 2004). De gemiddelde leeftijd van de gebruikers lag bij alle vier de interessegroepen tussen de vijftig en zestig jaar. Geïnteresseerden in genealogie of foto's en prenten waren voornamelijk gepensioneerden (resp. 54% en 43%), de groep geïnteresseerden in historische informatie of informatie over een woning of straat bestond met name uit werkzame mensen (43% en 50%). Schoolgaande en studerende jongeren waren het meest op zoek naar historische informatie; hun aantal binnen de totale groep historische informatiezoekers besloeg acht procent. Tabel 5.1 geeft een overzicht van persoonskenmerken afgezet tegen het motief waarmee archiefgebruikers het archief bezochten. Ook het gebruik van het type dienstverlening is in deze tabel opgenomen. Van de zoekers naar foto's en prenten maakt, verhoudingsgewijs, het grootste deel ook gebruik van internet (64%). Van de andere interessegroepen ligt dat aandeel rond de vijftig procent. Ook het gebruik van e-mail als dienst is het hoogst onder zoekers van foto's en prenten, negentien procent, tegenover vijftien procent of minder bij de overige interessegroepen.

Tabel 5.1

Persoonskenmerken naar bezoekmotief van archiefbezoekers, in procenten van alle respondenten

	genealogie	historisch	woning/ straat	foto's en/of prenten
geslacht				
man	75	73	73	74
vrouw	25	27	27	26
gemiddelde leeftijd	58 jaar	53 jaar	51 jaar	53 jaar
opleidingsniveau				
laag	9	6	5	4
middelbaar	46	33	44	43
hoog	45	61	51	53
werkzaamheid				
werkzaam	30	43	50	37
gepensioneerd/VUT	54	38	32	43
schoolgaand/studerend	2	8	3	5
overig, incl. geen opgave	14	11	14	15
type dienstverlening				
studiezaalbezoek	75	82	81	76
internetsite	50	49	47	64
schriftelijk	22	21	21	27
– e-mail	13	14	15	19
– brief	9	7	6	7
telefonisch	18	36	35	33

Bron: Evidens, Kwaliteitsmonitor Dienstverlening Archieven 2004

In hoofdstuk twee zijn ruwe beschrijvingen van huidig en potentieel publiek gegeven. Daarin kwamen ook de interesses van potentiële gebruikers naar voren. Zij zullen archieven alleen digitaal gebruiken. De meerderheid van hen is, volgens Nederlands onderzoek, geïnteresseerd in de eigen woonomgeving, in tegenstelling tot de huidige fysieke bezoekers (Van Dijken en Stroeker 2003). Volgens Brits onderzoek echter willen ook

huidige niet-gebruikers voornamelijk stamboomonderzoek gaan doen via internet. Als we aannemen dat Britten en Nederlanders vergelijkbaar zijn in hun interesse voor het verleden, geven deze onderzoeksresultaten dus niet veel uitsluitsel over de voornaamste interesse onder potentieel publiek. We kunnen alleen zeggen dat potentiële gebruikers op zoek willen gaan naar informatie over een onderwerp dat sterk betrekking heeft op henzelf.

Naast interesse voor het verleden en archiefstukken is de hoeveelheid tijd die geïnteresseerden te besteden hebben een factor die een rol speelt (Strachan 2004). Veel soorten vrije-tijdsbesteding concurreren met elkaar om de aandacht van de consument, terwijl de beschikbare vrije tijd van Nederlanders niet toeneemt (Breedveld en Van den Broek 2001).

Huidige gebruikers bestaan voor een groot deel uit mensen met een structurele historische interesse, zoals genealogen en amateur-historici. De leeftijd van een groot deel van de huidige gebruikers is vrij hoog. Dat betekent onder meer dat deze gebruikers niet meer hoeven te werken, zij genoeg tijd in hun liefhebberij kunnen investeren en dat in de nabije toekomst ook kunnen blijven doen (Strachan 2004; Grant 2002). De betrokkenheid bij hun eigen interesse en informatievragen is bij deze groep over het algemeen genomen hoog. Omdat het leren kennen van archieforganisaties en het leren omgaan met hun websites en zoekmachines relatief veel tijd en doorzettingskracht vergt, is veel van het huidige digitale aanbod geschikt voor deze gebruikers, in tegenstelling tot de geschiktheid voor andere (potentiële) publieksgroepen.

Veel potentiële gebruikers, denk aan scholieren, werk-en-zorg-combinerende mannen en vrouwen of studenten, hebben (nog) geen structurele interesse ontwikkeld en hebben voorlopig te maken met een zeer beperkt tijdbudget. Het zelf onderzoek doen en daarvoor bron na bron uitspitten is aan hen niet besteed. Het is waarschijnlijker dat ze zo nu en dan snel iets willen opzoeken voor een schoolopdracht of incidentele aanleiding voor persoonlijke interesse. De betrokkenheid bij

historische onderwerpen is, gemeten naar de hoeveelheid tijd die ondiepe gravers en grasduinende gebruikers (tot welke categorieën ook veel potentiële gebruikers gerekend worden) investeren, niet extreem hoog. Het mag voor hen niet te veel tijd kosten en het moet niet te ingewikkeld zijn maar wel boeiend. De factor betrokkenheid wordt dus voor een deel bepaald door het persoonlijke tijdbudget van geïnteresseerden. Het huidige digitale aanbod van archieven is vooral geschikt voor gebruikers met een ruim tijdbudget en minder voor gebruikers die zo nu en dan het internet even afstruinen voor wat interessante informatie (Van Dijken en Stroeker 2003; Grant 2002).

5.2 Verwerking van informatie

We zagen in hoofdstuk vier dat de meeste gebruikers van archiefwebsites op zoek zijn naar genealogische informatie. Zij hebben een heel specifieke informatievraag en proberen te achterhalen waar ze het antwoord zouden kunnen vinden. We gaan bij deze groep geïnteresseerde gebruikers met een intensief gebruikspatroon uit van een centrale verwerking van de informatie. Wanneer een vraag beantwoord is, wordt dat antwoord ingepast in de familiegeschiedenis en ontstaat er een nieuwe vraag. De ‘kale’ informatie gaat ook voor deze gebruiker echter nog sterker leven wanneer hij meer te weten komt over de leefsituatie en het betreffende woongebied in verschillende tijdvakken (Hill 2004; Wubs 2005).

Ook de minder ervaren, nieuwere bezoeker is naar een dergelijke boeiende zoektocht of historische belevenis op zoek. Deze behoefte wordt duidelijk door de vragen die archiefinstellingen online krijgen. Hoe meer het algemene publiek (in tegenstelling tot professionele historici of gevorderde amateur-historici) gebruik gaat maken van de website, hoe persoonlijker vaak de gestelde vragen worden. Ze gaan dan over specifieke lokale plekken, gebouwen en fenomenen (Grant 2002). Het is dus waarschijnlijk dat ook veel potentiële gebruikers, die met name afkomstig zullen zijn uit dat algemene publiek, vergelijkbare,

persoonlijke informatiebehoefte zullen hebben. Potentiële gebruikers lijken geen structurele en specifieke interesse te hebben en ook geen ruim tijdbudget. Het is dus onwaarschijnlijk dat we bij het hele scala aan potentiële gebruikers kunnen uitgaan van een centrale, dus aandachtige informatieverwerking. Met name informatie die ingewikkeld is of niet aansluit bij de kennis van de gebruiker zal via de perifere route verwerkt worden: weinig aandachtig en met weinig toegespitste beoordelingscriteria over de waarde en juistheid van de informatie.

In paragraaf 4.1 werden de mogelijke informatiebehoefte van potentieel publiek beschreven. Veel potentiële gebruikers zullen, evenals de huidige ondiepe gravers, zo nu en dan nieuwsgierig zijn naar informatie over een historisch onderwerp dat op een directe manier iets met hen zelf te maken heeft (Wubs 2005). Voor hen is op de eerste plaats informatie interessant die op een snelle en overzichtelijke manier inzicht biedt in historische situaties en als leuk, boeiend of onderhoudend kan worden ervaren. De gedigitaliseerde items dienen voor een deel van deze oppervlakkiger geïnteresseerden als illustratie, niet als directe informatiebron.

5.3 Conclusie

Het kan nauwelijks anders dan dat degene die op een website van een archief terecht komt, in meer of mindere mate betrokken is bij onderwerpen uit het verleden. Er zijn uiteraard wel gradaties in betrokkenheid tussen gebruikers, afhankelijk van het informatiezoekdoel. Desalniettemin komt men niet zomaar bij een archiefsite terecht. De informatiezoeker heeft een concrete vraag die waarschijnlijk niet op andere plekken – musea, bibliotheken, encyclopedieën, elders op internet – kan worden beantwoord. De betrokkenheid bij gevonden informatie is tijdens en na de zoekactie vanzelfsprekend al bovengemiddeld. De verwerking van de gevonden informatie zal in de regel daarom volgens de centrale route verlopen – vooropgesteld dat die informatie niet te complex is om door de gebruiker te

kunnen worden verwerkt (vgl. Hamilton 2005). Bij groepen potentiële gebruikers kan daarvan niet zonder meer worden uitgegaan. Een zekere mate van contextualisering van de ruwe data lijkt voor het betrekken van juist deze groep bij het in archieven bewaarde verleden geen overbodige luxe (Hill 2004; Grant 2002). De kunst is het daarbij de ervaren, reguliere archiefbezoeker niet voor het hoofd te stoten.

De interesses van het huidige publiek komen niet overeen met de interesses van potentieel publiek. Hoewel we niet exact kunnen zeggen welke interesse het belangrijkste is onder het potentiële publieksgroepen, is wel na te gaan dat het aantal genealogen onder de huidige publieksgroepen (fysiek en virtueel) groter is dan dat onder potentiële (virtuele) publieksgroepen. De groep die geïnteresseerd is in informatie over de eigen woonomgeving daarentegen is onder de potentiële gebruikers groter dan onder de huidige gebruikers.

6 Conclusies en aanbevelingen

In dit laatste hoofdstuk wordt nog eens ingegaan op de drie kenmerken cognities, zoekmethoden en betrokkenheid, nu de verschillen die daarin kunnen voorkomen in de voorgaande hoofdstukken besproken zijn. In paragraaf 6.2 worden suggesties gedaan voor het tegemoetkomen aan behoeften van verschillende typen gebruikers. Die behoeften, zoals ze naar voren zijn gekomen in hoofdstuk drie, vier en vijf, komen voort uit het ontbreken van cognities ten aanzien van archieven, van adequate zoekmethoden of van betrokkenheid bij onderwerpen uit het verleden. Bij verschillende typen gebruikersgroepen kunnen een of meerdere van deze kenmerken onvoldoende zijn ontwikkeld om daadwerkelijk over te gaan tot het gebruik van gedigitaliseerd archiefmateriaal. In dat geval moet zo'n kenmerk dus in positieve zin versterkt worden. De aanbevelingen worden in paragraaf 6.4 aangevuld met enkele tips uit marketingmanagementliteratuur. Het hoofdstuk besluit met een beknopt beeld van kennislacunes op het gebied van publieksonderzoek in de archiefsector.

6.1 Drie kenmerken

Centraal in dit rapport staat de verkenning van doelgroepen aan de hand van drie belangrijke kenmerken: cognities, zoekmethoden en betrokkenheid van gebruikers en potentiële gebruikers ten aanzien van het verleden en archieven. Die drie kenmerken vormen samen een methode om doelgroepen te onderscheiden binnen het grote geheel van huidig en potentieel publiek. De methode komt tot uitdrukking in tabel 6.1.

Tabel 6.1

Typologie van erfgoedgebruikers op basis van sociaal-psychologische concepten

type	cognities: kennis, opvattingen, verwachtingen	zoekmethoden: schema's, scripts, frames	betrokkenheid en informatie-verwerking	doelgroep	huidige of potentiële gebruiker
1	hoog/sterk	ontwikkeld	hoog/centraal		huidig
2	hoog/sterk	ontwikkeld	laag/perifeer		huidig
3	hoog/sterk	onontwikkeld	hoog/centraal		huidig/ potentieel
4	hoog/sterk	onontwikkeld	laag/perifeer		niet-gebruiker
5	laag/zwak	ontwikkeld	hoog/centraal		huidig/ potentieel
6	laag/zwak	ontwikkeld	laag/perifeer		potentieel/ niet-gebruiker
7	laag/zwak	onontwikkeld	hoog/centraal		potentieel
8	laag/zwak	onontwikkeld	laag/perifeer		niet-gebruiker

Iedere archiefinstelling of andere aanbieder van online materiaal moet zich bij een mogelijke doelgroep afvragen: hoe hoog ligt het kennisniveau en hoe ontwikkeld zijn de verwachtingen over de archiefsite (cognities)? Hoe vaardig is de groep in het zoeken van archiefstukken/informatie (zoekmethoden)? Hoe geïnteresseerd is deze groep in het geboden materiaal (betrokkenheid)? Logischerwijs zijn er met deze indelingscriteria acht verschillende groepstypen mogelijk, die al dan niet als doelgroep voor de archiefwebsite kunnen worden aangemerkt (vandaar dat de kolom 'doelgroep' blanco is gelaten in tabel 6.1). Ieder type heeft eigen aandachtspunten in de benadering. Type drie, bijvoorbeeld, zal behoefte hebben aan een heldere zoekpagina met duidelijke instructies en wellicht ook een simpele snelzoekfunctie. Dit type heeft echter wel een hoge betrokkenheid bij het verleden en duidelijke kennis en verwachtingen van wat een archief is en wat je er kunt vinden. Type zeven daarentegen is wel geïnteresseerd in het verleden maar heeft er nog

weinig kennis van, is niet goed op de hoogte van de functies van archieven en is ook niet erg vertrouwd met het zoeken op internet. Om zo'n doelgroep te bereiken moet dus meer gebeuren dan alleen het aanbieden van een heldere zoekfunctie. Dit type moet eerst voorgelicht worden over het bestaan van het archief en waarom de instelling veel te bieden heeft dat tegemoetkomt aan zijn interesse. Zo kan voor elke doelgroep het type en dus de behoefte ingeschat worden.

Naar aanleiding van de scores op de drie kenmerken kan ook een inschatting gemaakt worden van de waarschijnlijkheid dat een groep bewogen kan worden tot het gebruik van een virtueel archief. Voor mensen die betrokkenheid noch cognities noch zoekvaardigheden hebben, zullen de meeste drempels weggenomen moeten worden voordat van archiefgebruik sprake zal zijn. Het is niet meer dan realistisch om in ieder geval dit type te rekenen tot de 72% van de bevolking die geen gebruik zegt te willen maken van archiefmateriaal (Van Dijken en Stroeker 2003). De typen één tot en met zeven kunnen zich heel wel bevinden onder het huidige publiek en ook potentiële gebruikers zullen in te delen zijn in deze typen.

Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven, vereenvoudigt de indeling in 'hoog/laag' en 'ontwikkeld/onontwikkeld' de werkelijkheid omwille van de leesbaarheid van deze studie. Er zijn natuurlijk ook groepen die zich op een of meer van de drie dimensies in een tussenpositie bevinden. Het verdient daarom zeker aanbeveling de typologie uit tabel 6.1 in de praktijk van het verkennen van doelgroepen nader te verfijnen.

6.2 Tegemoetkomen aan behoeften

In de hoofdstukken 3, 4 en 5 zijn verschillen die bij de kenmerken cognities, zoekheuristieken en betrokkenheid van gebruikers kunnen optreden nader beschreven. Aan de hand van elk van de kenmerken werden gebruikers met sterk ontwikkelde structuren en (potentiële) gebruikers met minder ontwikkelde structuren beschreven, elk met hun eigen problemen. Nu is het

tijd om erachter te komen wat geschikte oplossingen en aanpassingen kunnen zijn. Voor elk van de drie kenmerken, cognities, zoekheuristieken en betrokkenheid, worden in dit hoofdstuk voorbeelden gegeven van manieren waarop de kenmerken bij de gebruikers versterkt kunnen worden en moeilijkheden kunnen worden omzeild. Wanneer aan de behoeften van de gebruikers optimaal wordt voldaan, krijgen zij de kans zich op de drie kenmerken te ontwikkelen. Door regelmatig gebruik van archiefwebsites kunnen de kenmerken van gebruikers veranderen. In termen van tabel 6.1 betekent dit dat een gebruiker bij ontwikkeling van een kenmerk uiteindelijk tot een ander type zal gaan behoren. Iemand die niet weet dat een archief openbaar toegankelijk is en een website heeft maar die wel iedere week de rubriek ‘oude tijden’ in het lokale weekblad leest, zou gerekend kunnen worden tot type zeven. Nadat hij echter door een kennis op de hoogte is gesteld van de website van het regionaal historisch centrum en ze samen een paar keer wat hebben opgezocht, gaat hij tot type drie behoren.

6.2.1 Cognities versterken

Het duidelijkste probleem bij veel potentiële gebruikers is het ontbreken van cognities over archieven. Veel mensen weten ‘ergens’ wel dat archieven bestaan, maar het leeft niet voor hen en er is bij hen weinig bekend over het eventueel gebruiken van archiefinhoud, fysiek of virtueel. Bovendien bevinden consumenten zich in het slagveld van concurrerende instellingen en sectoren waaraan ze hun vrijetijd kunnen besteden. Op de archiefwebsite, maar met name ook met behulp van andere kanalen buiten de website om, kan veel gedaan worden om de cognities te versterken. Een website bezoekt men immers vanuit een zeker motief, men loopt er niet vanzelf tegenaan. Enkele suggesties om de cognities te versterken worden hier besproken.

Cognities versterken – op de website

Belangrijk is dat er helderheid is over de bedoeling, de opzet en de achterliggende instelling van een website. De surfer wil

weten waar hij precies is en ook wat er te zien is (Economou 2002; Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Op de homepage van de site kan een korte, scanbare tekst die antwoordt op de vragen wat de website biedt en wie erachter zit veel duidelijkheid creëren voor de gebruiker. Internetpagina's, met name de pagina's aan de oppervlakte, zijn niet het juiste medium voor lange verhalen; het is dus belangrijk dat een tekstje kort en krachtig is, eventueel met kernwoorden die er visueel uitspringen (Van der Linden en Booij-Steutel 2005).

Het vermijden van archiefjargon en eventueel het aanbieden van een korte verklarende woordenlijst kan helpen om gebruikers niet af te schrikken. Gebruikers moeten de kans krijgen vertrouwd te raken met de manier waarop een archief zijn collectie(s) aanbiedt (Archives Network Wales 2005; Sexton et al. 2004). Uiteraard is ook een zorgvuldige vormgeving van de interface een goed middel om duidelijkheid te scheppen over de organisatie van de informatie en de manier waarop de site is opgezet en gebruikt moet worden. Een juiste plaatsing van bijvoorbeeld zoekvensters en knoppen kan veel opleveren, temeer daar gebruikers het meest leren door trial-and-error (Van der Linden en Booij-Steutel 2005).

Gebruikers, zowel huidige als potentiële, zullen op enigerlei wijze geïnteresseerd zijn in het verleden en over een kleinere of grotere mate van computervaardigheden beschikken. Onderzoeksbureau Motivaction beschrijft een groot deel van de potentiële gebruikers als 'grasduiners', die relatief veel informatie kunnen verwerken en niet veel last hebben van 'informatiedool' (Blok en Deprez 2003). Het bieden van veel informatie is dus goed. Echter, internetters – en met name mensen die niet vertrouwd zijn met archiefaanbod – hebben wel behoefte aan veel duidelijkheid en praktische aanwijzingen om met de gebooden informatie ook iets te kunnen. Voor huidige, meer gevorderde gebruikers geldt ook dat zij graag snel op een site willen kunnen inschatten of hier het antwoord op hun vraag te vinden is. Een overzicht van het digitale aanbod, bijvoorbeeld via een knop op de homepage aan te klikken, is voor hen waardevol.

In hoofdstuk vier werd duidelijk dat de meeste gebruikers de website vinden via een algemene zoekmachine zoals Google. Nog niet veel content van archiefwebsites is echter op item-niveau te vinden in dergelijke algemene zoekmachines. Dat deze vorm van directe vindbaarheid vruchten afwerpt, bewijst de Archives Hub, een portal van universiteits- en collegearchieven in het Verenigd Koninkrijk. Sinds de content van de Hub op itemniveau doorzoekbaar is in standaardzoekmachines, is het aantal zoekacties op de site via index- en browslinks meer dan verzesvoudigd, en dat niet ten koste van andere vormen van zoekacties (Hill 2004).

Cognities versterken – buiten de website

Ook buiten de website om is het belangrijk om manieren te vinden om de cognities van potentiële gebruikers te versterken. Hoe kunnen ze anders de website vinden? Het is belangrijk om het begrip ten aanzien van het concept archief te vergroten. Daarbij zullen archieven een soort rolverandering moeten ondergaan. Het is van belang dat archieven zich naar buiten toe niet profileren als grote opbergkasten van historisch materiaal, maar als informatiecentrum over persoonlijke historie zoals familiegeschiedenis en regionale geschiedenis. Net als bij het museum en de bibliotheek moeten potentiële gebruikers leren dat archieven openbare instellingen zijn en dat er voor hen relevante informatie te krijgen is (Sabin en Samuels 2003).

Om 'de massa' te bereiken met deze boodschap kunnen allerlei middelen worden aangewend: programma's over historische onderwerpen op televisie en radio waarin archiefgebruik een rol speelt (zoals de Teleac-uitzending *Verre verwanten*, zie www.verreverwanten.nl), aandacht in landelijke en lokale kranten, opvallende items op grote internetportals enzovoort. Voor een dergelijke campagne is natuurlijk wel samenwerking van verschillende organisaties vereist. Tegelijkertijd kunnen lokale archieven fysiek en virtueel een gastvrije uitstraling creëren door middel van bijvoorbeeld tentoonstellingen, het organiseren van activiteiten en het uitdragen van de uniciteit van hun

collecties (zoals in de tentoonstelling *De verdieping van Nederland* in het Nationaal Archief/Koninklijke Bibliotheek, zie www.verdiepingvannederland.nl).

Naast aandacht in massamedia kunnen ook acties worden ondernomen om specifieke groepen te informeren. Met name onder jongere bevolkingsgroepen is de bekendheid met archieven gering. Op deze groep zijn inmiddels verscheidene pijlen gericht (zoals Kennisnet en www.cultuurwijs.nl). Jongeren kunnen adressen van archieven opzoeken en via links hun websites bezoeken. Het blijft natuurlijk de vraag of ook jongeren die niet zo bekend zijn met erfgoedinstellingen hiermee bereikt worden. Regionale archieven zouden ook scholen in de buurt kunnen attenderen op hun service. Het voordeel is daarbij dat het lokale verleden direct centraal staat.

Mensen met relatief veel vrije tijd en interesse voor het verleden zijn ouderen (55+). Wellicht zijn er verenigingsverbanden of clubs die interesse hebben in archiefvoorlichting. Digitaal erfgoed is uitermate geschikte lesstof bij het ontwikkelen van ict-vaardigheden. Volksuniversiteiten en andere cursusaanbieders kunnen passende kweekvijvers voor potentieel virtueel erfgoedpubliek zijn. Ook zou contact gezocht kunnen worden met bijvoorbeeld (plaatselijke) journalisten. Archief en pers kunnen elkaar immers uitstekend diensten bewijzen.

Het heeft veel voordelen om samenwerkingsverbanden met andere erfgoedorganisaties of bibliotheken aan te gaan, zoals in Gouda en Leeuwarden, waar archieven, musea en bibliotheken zelfs organisatorisch zijn samengegaan (zie www.goudanet.nl en www.tresoar.nl). Instellingen met verschillende ervaringen kunnen elkaar waardevolle diensten verlenen en over complementaire expertise en vaardigheden beschikken (Hill 2004). Dit komt een samenhangende presentatie van de geschiedenis van een stad of regio ten goede. Voorbeelden zijn: projecten rond een plaatselijk thema waarbij bijvoorbeeld op meerdere plaatsen verschillende activiteiten worden aangeboden, uitwisselen van bijvoorbeeld tentoonstellingsmateriaal, overleggen over publiekswerving.

In hoofdstuk vier en vijf werd beschreven hoe gebruikers, met name potentiële, kunnen verschillen in hun interessepatroon. Voor veel mensen is de interesse voor het verleden iets wat zo nu en dan opspeelt, maar dat meestal niet gericht is op heel diepgaande informatie en dat niet gepaard gaat met specifieke vragen. De nieuwsgierigheid wordt meestal voldoende bevredigd door een entertainment-achtig informatieaanbod. Archieven zouden daarop in kunnen spelen door een museale benadering van deze potentiële klant. Een tentoonstelling, filmpjes over het verleden of georganiseerde activiteiten rondom een thema zijn daarvan voorbeelden.

Natuurlijk is het niet zo dat binnen de kortste keren bij het grote percentage niet-gebruikers van archieven de cognities versterkt zijn en de attitude veranderd is. Zoiets vraagt om goede ideeën en kost tijd, moeite en geld.

6.2.2 Zoekproblemen voorkomen en verhelpen

Veel zoekproblemen ontstaan door onduidelijkheid over hoe het zoeken in zijn werk gaat. Veel, met name nieuwe, gebruikers benaderen de zoekmachine alsof het Google is en komen daarmee niet tot de gewenste resultaten (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). De presentatie van een zoekmachine is daarom erg belangrijk. Bij de zoekvensters moet duidelijk vermeld worden welke soort termen ingevoerd kunnen worden, het liefst geïllustreerd met voorbeelden (Ramsden et al. 2003; Economou 2002). Ook moet volledig duidelijk zijn waarin de betreffende machine zoekt. Gebruikers begrijpen niet vanzelfsprekend het verschil tussen zoeken op de site en zoeken in een database. Een korte en heldere uitleg over de verzamelingen waarin ze kunnen zoeken en de bronnen die daarin zitten kan veel helderheid scheppen.

Uitleg over de werking van de zoekmachine wordt meestal niet goed gelezen; een kort en overzichtelijk stappenplan of een wizard die bij het eerste gebruik de weg wijst, zijn goede alternatieven. Belangrijk is dat de informatie over de zoekmachine gegeven wordt in het scherm waarin ook de zoekvensters

gepresenteerd worden, niet van tevoren al of ergens anders op de site. Dat geldt ook voor andere soorten ondersteuning (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Het is overigens niet zo dat alleen onervaren gebruikers moeite hebben met het zoeken op archiefsites, ook regelmatige gebruikers lopen soms vast tijdens hun zoektochten (Economou 2002).

Tussen gebruikers, ervaren of onervaren, bestaat een grote variatie aan zoekstrategieën. Het is daarom bijna logisch dat een instelling meerdere manieren om te zoeken aanbiedt (Van der Linden en Booij-Steutel 2005). Het kunnen browsen door onder meer simpele trefwoordindexen hoort daarbij. Zo wordt het zoeken laagdrempeliger, ook wanneer de gebruikers nog niet vertrouwd zijn met terminologie of nummering (Economou 2002).

Het is belangrijk dat gebruikers kunnen begrijpen wat hun zoekresultaten zijn. Tot nog toe is daarover vaak onduidelijkheid. Het minste wat een archiefsite kan doen, is het weergeven van de gebruikte zoektermen bij de resultaten en het type documenten of andere resultaten dat getoond wordt. Daarbij geeft het de gebruiker inzicht als de relevantie (bijvoorbeeld het oplichten van een zoekterm of categorie in de tekst van een document) en eventueel de vindplaats van het resultaat getoond wordt: dat geeft duidelijkheid over de vraag waarom het resultaat onder deze zoekterm of categorie valt en tevens wordt het inzicht in de organisatie van het archiefmateriaal vergroot (Economou 2002). Verder kunnen beter geen afkortingen, maar begrijpelijke titels voor de documenten worden gebruikt (Van der Linden en Booij-Steutel 2005).

Uit testresultaten komt steeds weer naar voren dat gebruikers van internet (te) snel te werk gaan. Ze houden er niet van veel te moeten lezen of leren, maar willen meteen resultaat. Desondanks leren internetgebruikers vrij snel, de methode is 'proberen en kijken wat er gebeurt'. Het werkt daarom constructief wanneer de site duidelijk en consistent is opgebouwd en (al dan niet expliciet) feedback genereert. Wanneer een zoekactie bijvoorbeeld weinig resultaten oplevert, moet de gebruiker

snel kunnen zien waar dat aan ligt en wat hij aan zijn actie zou kunnen veranderen (Van der Linden en Booij-Steutel 2005; Wubs 2005). Een van de onderzoeken gaf de suggestie, aangedragen door ervarener en regelmatige zoekers, op resultaatpagina's de mogelijkheid te bieden de resultaten te versmallen of te verbreden (Ramsden et al. 2003), iets wat sindsdien al door grotere instellingen is gedaan.

6.2.3 Rekening houden met betrokkenheid en informatieverwerking

Veel van het huidige digitale archiefaanbod is geschikt voor mensen met veel tijd en een diepe interesse voor een onderwerp uit het verleden. Het informatiereservoir waaruit dergelijke geïnteresseerden kunnen putten, is enorm rijk en er komt steeds meer content online te staan. Wanneer archieven echter meer en ander publiek willen aantrekken, is het aanbieden van alleen databases met gedigitaliseerde bronnen en indexen niet genoeg. Het potentiële publiek heeft voor het grootste deel een beperkt tijdbudget en een veel oppervlakkiger interesse dan het huidige publiek. Grote groepen potentieel publiek zijn veel meer gericht op het verwerken van informatie die tegelijk gemakkelijk is. Ze zijn wel geïnteresseerd in het verleden maar bezitten niet de cognitieve en zoekvaardigheden voor het uitspitten van databases. Bij de rolverandering van archieven past ook het aanbieden van simpel hanteerbare, verhalende informatie over het verleden van regio's, belangrijke historische gebeurtenissen en stamboomonderzoek, die voor gebruikers leuk is om snel tot zich te nemen. Voor publiek dat meer wil, zoals veel van de huidige gebruikers, is er dan het zelfstandig doen van onderzoek, zoals dat nu ook al kan.

Omdat potentiële digitaal-erfgoedgebruikers niet veel tijd zullen besteden aan het internet, is het belangrijk dat het informatieaanbod relevant is. Het moet direct beantwoorden aan hun vragen over het verleden. Die vragen zijn meestal niet helder gesteld of goed gespecificeerd maar algemeen van karakter: bijvoorbeeld 'hoe leefden de mensen toen?' of 'hoe is de

omgeving veranderd?’ (Grant 2002; Wubs 2005). De omgeving, bevolking en maatschappij moeten centraal staan. Het is onvermijdelijk dat hiervoor de daadwerkelijke bronnen geïnterpreteerd en gesynthetiseerd moeten worden. De informatie daaruit wordt door de aanbieder op een indirecte manier overgebracht. Wanneer bronnen op deze manier als illustratie dienen bij dergelijke makkelijk toegankelijke informatie, is de kans dat een groot publiek in aanraking komt met de bronnen desondanks groter dan wanneer zulke informatie niet geboden wordt.

In het kader van de publieksverbreding is het nuttig om prioriteit te leggen bij het digitaliseren van populaire en aansprekende thema’s. Wat verder uit verschillende onderzoeken naar voren komt, is de populariteit van filmpjes op de website. Een filmpje over een onderwerp uit het verleden of een videoverslag van een bekend persoon op zoek naar zijn voorouders maakt gebruikers heel enthousiast (vgl. Sexton et al. 2004; Herman 2003).

Naast het bieden van dit soort inleidende, toegankelijke informatie is het belangrijk dat ook voor de mensen die zelfstandig zoeken in de databases contextuele informatie geboden wordt bij de bronnen: achtergronden, links naar soortelijke bronnen, samenhangende gebeurtenissen, enzovoort. Dit maakt het gebruik van de data levendig en vergroot de betrokkenheid aanzienlijk. Van de gemiddelde potentiële, maar ook huidige, bezoeker moet niet verwacht worden dat hij of zij met grote hoeveelheden voorkennis naar de website komt (Grant 2002). Na ieder bezoek wordt de voorkennis (cognities) weliswaar groter en bij het uitvoeren van een zoekactie ontwikkelen zich ook de zoekmethoden (wanneer de betrokkenheid groter wordt, zullen ook deze twee kenmerken, door bijvoorbeeld frequenter websitebezoek, sterker worden; de drie kenmerken staan niet volledig los van elkaar, maar hangen samen, ook in de ontwikkeling ervan), maar een gebruiker moet wel de kans krijgen om kennis te maken met het archief en de content en eveneens de kans krijgen om door heldere informatie de kenmerken te ontwikkelen.

In andere erfgoedsectoren (musea, monumenten) speelt het levend maken van de geschiedenis wellicht sterker, maar ook archieven hebben de potentie gevoelens los te maken. Deze potentie te verwezenlijken is een belangrijke uitdaging om de aantrekkingskracht van archieven op te vijzelen en te bestendigen (vgl. Grant 2002).

6.3 Andere praktische richtlijnen

De drie kenmerken die in dit rapport centraal staan, zijn afkomstig uit sociaal-psychologische theorievorming. Ze verschaffen de basis om doelgroepen van elkaar te onderscheiden en hun behoeften in kaart te brengen. Bij het uitzetten van een doelgroepenbeleid zijn daarnaast ook praktische richtlijnen van belang. Deze komen niet voort uit de kennissociologische literatuur maar uit het marketingmanagement (vgl. Ranshuysen 2004). Deze praktische richtlijnen komen nu kort aan bod. We volstaan met een korte checklist, aangezien dit rapport gericht is op het *verkennen* van potentiële doelgroepen.

- Een doelgroep moet groot genoeg zijn, niet te klein om een specifieke aanpak op te richten.
- Een doelgroep moet homogeen zijn. Om adequaat informatieaanbod en aansprekende activiteiten aan te kunnen bieden, moet de doelgroep wat betreft cognities, interesses en zoekmethoden zo homogeen mogelijk zijn. Het is praktisch wanneer ook kenmerken als woonplaats en dergelijke (zie 'Eerste fase' in de samenvatting) niet extreem uiteenlopen, in verband met de traceerbaarheid van potentieel publiek.
- Een doelgroep moet een zekere stabiliteit hebben. Het moet mogelijk zijn om over wat langere termijn het doelgroepgerichte beleid toe te passen.
- Er kunnen groepen zijn die speciaal in aanmerking komen als doelgroep. Een groep kan expliciet binnen de missie van een instelling vallen of er zijn andere factoren waarom een van de beschreven groepen extra aandacht van de instelling verdient.

- De fase waarin de website van de instelling zich bevindt, heeft vanzelfsprekend invloed op de keuze voor doelgroepen. De website kan een bescheiden visitekaartje zijn of meer een voorportaal van de instelling met delen van collecties online. Een uitgebreide website die steeds meegaat met veel mogelijkheden en die toe is aan doorontwikkeling, zal andere keuzes kunnen maken dan de eerstgenoemde website.
- Het afstemmen van het aanbod op doelgroepen kan worden aangegrepen als moment om ook aanpassingen voor de huidige gebruikers door te voeren. Wellicht zijn er gegevens beschikbaar over wie de huidige gebruikers zijn, wat hun doelen, methoden van zoeken en tevredenheid zijn, en kunnen verbeteringen in het aanbod voor hen worden toegepast.

6.4 Urgente kennislacunes

Al enkele jaren wordt er, zowel nationaal als internationaal, onderzoek gedaan naar het gebruik van en het zoekgedrag op erfgoedwebsites. Deze onderzoeken leveren zeer relevante informatie op waarmee aanbieders van digitaal erfgoed steeds nieuwe input krijgen om, als ze dat willen, het gebruiksgemak en -plezier van hun gebruikers te vergroten. Het onderzoek naar doelgroepen en potentieel publiek levert daarnaast ook waardevolle maar minder eenduidige informatie op. Het bepalen van doelgroepen is geen activiteit die op een universeel optimale manier gedaan kan worden maar moet voor iedere instelling verschillend zijn. Onderzoekers en beleidsmakers van archiefinstellingen gebruiken verschillende onderscheidingscriteria voor hun doelgroepen en hebben verschillende doelen die ze daarmee willen bereiken. Dit maakt dat het onderzoek moeilijk vergelijkbaar is en lastig vergelijkbare segmentaties levert. Met dit instrument van cognities, zoekmethoden en betrokkenheid is op basis van theorie over informatiezoekgedrag naar verwachting een nuttig hulpmiddel bij het bepalen van doelgroepen geconstrueerd. Het maakt de hantering van verschillende

doelen en criteria voor verschillende instellingen mogelijk en biedt handvatten waar het aankomt op het adequaat tegemoet treden van de (potentiële) gebruikers.

6.4.1 Kennis over interesses van Nederlanders

Er is nog een duidelijke lacune in de kennis over de onderwerpen waarin potentieel publiek geïnteresseerd is. Er is sprake van enige toename van interesse in het verleden onder de Nederlandse bevolking (vgl. Van den Broek et al. 2005). In de erfgoedsector en door uitgevers en de media wordt geprobeerd om hierop in te spelen. Het lijkt de moeite waard om te onderzoeken waar die interesse precies op is gericht. Op dit moment worden globale categorieën gehanteerd, zoals ‘voorouders’ en ‘informatie over de omgeving’ (Van Dijken en Stroeker, 2003). Naast de ruwheid van de interessesduiding is er ook onduidelijkheid over de mate waarin verschillende interesses voorkomen, omdat er tegenspraak bestaat tussen de resultaten van verschillende onderzoeken.

Onderzoeksbureau Motivaction heeft in een onderzoek naar het profiel van zogenaamde ‘grasduiners’ geprobeerd om de interesse van een potentieel publiek voor het Nationaal Archief specifiek te categoriseren. Het bureau gebruikte daarbij onderwerpen zoals het Nationaal Archief die zelf indeelt: geschiedenis van het alledaagse leven, geschiedenis van de techniek, militaire geschiedenis en politieke geschiedenis (Blok en Deprez 2003). De interesse voor deze onderwerpen binnen de geschiedenis is afgezet tegen verschillende profielen in de bevolking. Om instellingen van specifieke kennis te voorzien over de richting van de interesses van potentieel publiek, is het van belang om hetzij grootschalig, hetzij kleinschaliger door afzonderlijke instellingen, te onderzoeken naar welke onderwerpen of soorten onderwerpen de historische interesse van Nederlanders uitgaat.

6.4.2 Kennis over bekendheid van 'het archief'

Ook over de naamsbekendheid van archieven (en andere erfgoedinstanties) is weinig recent en specifiek cijfermateriaal beschikbaar. De conclusies uit hoofdstuk 1 van dit rapport zijn gestoeld op Brits onderzoek naar de bekendheid van archieven. Die komen voorzover controleerbaar redelijk overeen met wat er in Nederland aan de hand is, maar Nederlandse gegevens zijn fragmentarisch en geven details noch overzicht. Het zou – niet alleen voor de bewustwording van het bestaan van de archiefsector, maar met name om vervolgens bestaand beleid te kunnen evalueren en eventueel updaten – goed zijn om een onderzoek te organiseren dat nagaat in hoeverre Nederlanders bekend zijn met het concept archief en wat ze zich voorstellen bij de diverse collecties archivalia. Door de organisatie van bijvoorbeeld de landelijke archiefendag wordt geprobeerd de naamsbekendheid van archieven te vergroten. Het effect daarvan is op het moment moeilijk meetbaar. Een soort naamsbekendheidsmonitor zou daarbij hulp kunnen bieden.

6.4.3 Noodzaak om kennis te delen

Een ander belangrijk punt is de noodzaak voor archieven en archiefgerelateerde instellingen om kennis die ze hebben opgedaan te delen. In landen als Groot-Brittannië, Canada en Australië worden door archiefinstellingen regelmatig resultaten of updates van (interne) onderzoeken, webtests, beleidsvernieuwingen, kennisbronnen, projecten, manieren van aanpak et cetera op de website beschikbaar gesteld. Zo hoeft niet iedere instelling het wiel opnieuw uit te vinden of te wachten tot een jaarlijkse conferentie, maar wordt het gemakkelijk gemaakt om bij elkaar te snuffelen naar kennis, gegevens, best practices en goede ideeën. On line publicatie (zie bijvoorbeeld de kennisbank op www.divakoepel.nl) laat zich zo gebruiken als een gemakkelijke en laagdrempelige manier om kennis beschikbaar te stellen en zou ook in Nederland meer toegepast kunnen worden. Niet iedere beschikbare publicatie hoeft een uitvinding van formaat te zijn; het geheel aan bekendgemaakte kennis en

informatie heeft een enorme potentie en maakt inzichtelijk(er) wat er wel en niet bekend is. Ook in dit rapport kwam een aantal onderwerpen naar voren waarbij deze, maar natuurlijk ook andere, vormen van kennisuitwisseling uitkomst kunnen bieden.

Geschikte benadering van nieuwe typen gebruikers

In hoofdstuk twee werd duidelijk dat een groot deel van het potentiële publiek, de ‘snuffelaars’, een ander tijdsbestedingspatroon en een minder diepe en specifieke interesse zal hebben voor het verleden dan een groot deel van de huidige gebruikersgroep, de ‘gravers’. Hun zullen andere vormen van informatie en andere producten aanspreken dan die archieven van oorsprong te bieden hebben. Sommige instellingen experimenteren met het nadrukken van foto’s en oude kranten of het houden van rondleidingen. Veel archieven hebben hun site ingericht met een kopje ‘nieuwe gebruikers’. Evaluaties en andere gegevensverzameling over deze en andere concrete vormen van informatieoverdracht zijn nog niet op grote schaal uitgevoerd maar zijn wel nuttig voor de hele archiefsector.

Inspelen op verschillende zoekmethoden

Iets dergelijks geldt ook voor het helpen ontwikkelen van de juiste zoekmethoden bij gebruikers. Uit usabilitytests van afzonderlijke archieven blijkt dat het zoeken in zoekmachines voor gebruikers erg moeilijk is en dat ze leren via het trial-and-errorprincipe. Er is bij alle aanbieders van zoekmachines deskundigheid nodig om hierop in te spelen.

Animo voor interactie in community’s

Een ander punt waarover nog onduidelijkheid bestaat is de belangstelling van gebruikers voor de mogelijkheid tot reageren op informatie en het kunnen toevoegen van hun eigen kennis en content. Vooral nog is uit onderzoek gebleken dat die belangstelling wel bestaat, maar alleen onder zeer betrokken en vergevorderde gebruikers (vgl. Wubs 2005, Wubs en Huysmans

2006). Communityprojecten die opgestart worden kunnen wellicht een ander beeld geven. Te kunnen zien en te lezen hoe collega-archieven te werk gaan en wat hun resultaten zijn, is op al deze gebieden een belangrijke stap vooruit en werkt tijdsbesparend.⁶

Met de digitalisering is de archiefsector een tijdvak ingeslagen waarin continu onderzoek gedaan zal moeten worden naar publieksgroepen, gebruikersgedrag en gebruiksvriendelijkheid. Zowel in de technologie als in de vragen van gebruikers en gebruikersgroepen zullen steeds veranderingen blijven optreden. Het doen van onderzoek is een onvermijdelijk en blijvend onderdeel van de activiteiten geworden in de archiefsector. Het onderling delen van kennis zou een vanzelfsprekendheid moeten worden, zodat instellingen met zo minimaal mogelijke middelen goede keuzes kunnen maken en ontwikkelingen in gang kunnen zetten die ten goede komen aan het publiek.

Noten

- 1 Aan de selectie van de drie concepten die centraal staan – cognitieve structuren, zoekmethoden (of -heuristieken) en betrokkenheid/informatieverwerking – is een literatuurstudie voorafgegaan die hier niet nader wordt beschreven. We zijn te rade gegaan bij de ‘theory of planned behavior’ van Ajzen en Fishbein (Ajzen 2001; Ajzen en Fishbein 1980; Fishbein en Ajzen 1972), het ‘elaboration likelihood model’ van Petty en Cacioppo (1981), de handelingstheoretische benadering in de communicatiewetenschap (Bosman et al. 1989; Bosman en Renckstorf 1992; Renckstorf 1994) en bij een aantal overzichtswerken zoals die van Hamilton (2005).
- 2 Dit cijfer omvat bezoekers die een archief fysiek én virtueel bezochten en is gebaseerd op een meting die geen periode omvat en alle Nederlanders betreft die ooit een archief en een archiefwebsite hebben bezocht. Volgens cijfers uit een bevolkingsonderzoek uit 2003 heeft 9% van de Nederlanders vanaf 6 jaar in de afgelopen 12 maanden de website van monumenten, archeologie of archieven bezocht (Van den Broek et al. 2005: 66).
- 3 Dit gemiddelde is totstandgekomen aan de hand van een populatie met een vaste kern van 3% dagelijkse bezoekers en een groep van tussen de 20 en 30% groot die alleen de homepage bekijkt en meteen weer vertrekt (Strachan 2004: 31).
- 4 Deze cijfers zijn afkomstig van het Instituut Onderzoek Overheidsuitgaven (IOO) uit een telefonische enquête onder Nederlanders. The National Archives in Londen presenteren vergelijkbare cijfers, uit een website-enquête. 82% van de bezoekers bezoekt de site voor stamboomonderzoek, 51% bezoekt (ook) in het kader van een algemene historische interesse en 10-12% bezoekt de site beroepsmatig. Ook bezoekt 70% van de bezoekers het archief enkel via de virtuele weg (Strachan 2004: 31). Cijfers van het Brabants Historisch Informatie Centrum vertonen ook overeenkomsten: 80% bezoekt de site voor genealogische informatie, 2% beroepsmatig, 6% voor school of studie en 90% vanuit de eigen interesse. Twee derde van de virtuele bezoekers heeft het archief nooit fysiek bezocht (intern verslag van website-enquête BHIC, ongepubliceerd).
- 5 In een tevredenheidsonderzoek onder gebruikers van Archives Hub, een portal van universiteits- en collegearchieven in het

Verenigd Koninkrijk, die voornamelijk gebruikt wordt door professionals, zocht 46% van de bezoekers met Quicksearch, 28% met de Advanced search, vaak als aanvulling op de Quicksearch, en 25% via browsen door indexen (Ramsden et al. 2003:13).

- 6 Een aantal bruikbare voorbeelden, die ook bij de voorbereiding van dit rapport van nut zijn geweest, zijn HATII (2002) Mildren (2004), Ramsden et al. (2003), Sommerlad en Kelleher (2000), Soren (2004) en Yeo (2005).

Literatuur

- Ajzen, I. (2001). 'Nature and Operation of Attitudes'. In: *Annual Review of Psychology* 52, p. 27-58.
- Ajzen, I. en M. Fishbein (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Archives Network Wales (2005). *Project evaluation. Results of a user survey, July – August 2005*. Aberystwyth: Archives Network Wales. Online geraadpleegd op 20-12-2005 via www.archivesnetworkwales.info/pdfs/onlineuser.pdf
- Blok, A. en T. Deprez (2003). *Grasduiners in beeld*. Amsterdam: Motivaction.
- Bos-Rops, Y., M. Bruggeman en E. Ketelaar (2005). *Archiefwijzer. Handleiding voor het gebruik van archieven in Nederland* (derde, herziene druk). Bussum: Coutinho.
- Bosman, J. en K. Renckstorf (1992). 'Het concept informatie-behoefte en de samenhang tussen subjectief ervaren problemen, informatie-interesse en informatieconsumptie'. In: K. Renckstorf, P. Hendriks Vettehen en L. van Snippenburg (red.), *Communicatiewetenschappelijke bijdragen 1991-1992* (p. 33-44). Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen (ITS).
- Bosman, J. et al. (1989). *Het omgaan met kennis – en de vraag naar voorlichting. Een multidisciplinair theoretisch referentiekader voor empirisch onderzoek naar de vraag naar voorlichting*. Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen (ITS).
- Bourgonjen, R. (2006). *Webstatistieken Gemeentearchief Amsterdam*. Dynamische internetpublicatie, geraadpleegd op 27-02-2006 via http://gemeentearchief.amsterdam.nl/support/statistics/per_quarter/introduction/index.nl.html
- Breedveld, K. en A. van den Broek (red.) (2001). *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den, F. Huysmans en J. de Haan (2005). *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Dijken, K. van en N. Stroeker (2003). *Naar een publieksgericht archiefbestel. Kenmerken, doelbereik, consequenties*. Zoetermeer: Instituut Onderzoek Overheidsuitgaven (IOO).

- Economou, M. (2002). *User Evaluation: Report of findings*. Londen: National Council of Archives. Online geraadpleegd op 15-12-2005 via www.ncaonline.org.uk/publications/reports
- Evidens (2004). *Kwaliteitsmonitor Dienstverlening Archieven 2004*. Amsterdam: Evidens.
- Fishbein, M. en I. Ajzen (1972). 'Attitudes and opinions'. In: *Annual Review of Psychology* 23, p. 487-544.
- Grant, A. (2002). *HEIRnet: Historic Environment Information Resources Network. Users and their uses of HEIRS*. Londen: Cultural Heritage Consortium. Online geraadpleegd op 20-12-2005 via www.britarch.ac.uk/HEIRNET/users.PDF
- Grant, A. (2003). *Evaluation of digital cultural content. Analysis of evaluation material*. Digital Cultural Content Forum. Online geraadpleegd op 20-12-2005 via www.culturalcontentforum.org/publications
- Haan, J. de, O. Klumper en J. Steyaert (red.) (2004). *Surfende senioren. Kansen en bedreigingen van ICT voor ouderen*. Den Haag: Academic Service.
- Hamilton, D.L. (2005). 'Social Cognition: An Introductory Overview'. In D.L. Hamilton (Ed.), *Social Cognition: Key readings* (p. 1-26). New York/Hove: Psychology Press.
- Harris, C. (2005). 'Archives users in the digital era: a review of current research trends'. In: *Dalhousie Journal of Information and Management* (1) 1 (http://students.library-school.dal.ca/djim/issues/issue1_1/harris/index.htm).
- HATII (Humanities Advanced Technology and Information Institute), University of Glasgow, NINCH (National Institute for a Networked Cultural Heritage), (2002). *The NINCH Guide to good practice in the digital representation and management of cultural heritage materials*. Washington: NINCH.
- Herman, D., K. Johnson en J. Ockuly (2003). *What clicked? A report on audience research and media resources*. Minneapolis: The Minneapolis Institute of Arts (www.artsmia.org/what-clicks).
- Hill, A. (2004). 'Serving the invisible researcher: meeting the needs of online users'. In: *Journal of the society of archivists* (2004) 2, p. 139-148.
- Linden, S. van der en C. Booij-Steutel (2005). *Eindrapport Usability-test Drents Archief en BHIC*. Happy User Studio (ongepubliceerd).
- Martin, A. en J. Fraser (2003). *Listening to the past, speaking to the future. The report of the Archives Task Force. Annex D: Non-archive users survey: omnibus study*. Londen: Museums Libraries Archives Council (MLA).

- Mildren, R. (2004). *Project evaluation report*. Scottish archive network project evaluation report. Edinburgh: Scottish Archive Network (<http://scan.org.uk/aboutus/report.htm>).
- Noordam, C. (2005). 'Het virtuele archief: op zoek naar de pot met goud'. In: *Levend Erfgoed* 2 (1), p. 32-36.
- Petty, R.E. en J.T. Cacioppo (1981). *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Dubuque: Brown.
- Ramsden, C., J. Kelleher en S. Russell (2002). *Formative Evaluation of the Archives Hub*. Londen: The Tavistock Institute.
- Ramsden, C., S. Barkat en J. Kelleher (2003). *Summative Evaluation of the Archives Hub*. Londen: The Tavistock Institute. Online geraadpleegd op 20-12-2005 via www.archiveshub.ac.uk/introduction.shtml
- Ranshuysen, L. (2004). *Lang leve de doelgroep(en)! Do's en don'ts voor effectieve doelgroepenmarketing*. Presentatie op de 2e dag van de cultuurcommunicatie. Brussel: Cultuurnet Vlaanderen.
- Renckstorf, K. (1994). *Mediagebruik als sociaal handelen. Een handelings theoretische benadering voor communicatiewetenschappelijk onderzoek*. Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen (ITS).
- Sabin, R.W. en L. Samuels (2003). *Listening to the past, speaking to the future. The report of the Archives Task Force. Annex E: Towards a better understanding of non-users*. Londen: Museums Libraries Archives Council (MLA).
- Schütz, A. en T. Luckmann (1979). *Strukturen der Lebenswelt, Band 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- SCP (2005). *De sociale staat van Nederland 2005*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Sexton, A. et al. (2004). 'User feedback, testing the LEADERS demonstrator application'. In: *Journal of the Society of Archivists* (2004) 2, p. 189-208.
- Smit-Kreetz, M.C. (2003). *Marketingpilot Noordelijke Archieven: naar een breder publiek door een aansprekend serviceconcept*. Amersfoort: Twynstra Gudde.
- Sommerlad, E. en J. Kelleher (2000). *An Evaluation of the Archives Hub*. London: The Tavistock Institute.
- Soren, B.J. (2004). *Research on quality in online experiences for museum users*. Gatineau: Canadian Heritage Information Network (CHIN) (www.chin.gc.ca).
- Steyaert, J. (2000). *Digitale vaardigheden. Geletterdheid in de informatiesamenleving*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Strachan, J. (2004). *Open to all. Marketing Strategy 2005-07*. Londen: The National Archives.

- Vergo, J. et al. (2001). "Less clicking, more watching": results from the user-centered design of a multi-institutional web site for art and culture. New York: IBM T.J. Watson Research Center. Online geraadpleegd op 15-12-2006 via www.archimuse.com/mw2001/papers/vergo/vergo.html
- Wubs, H. (2005). *Klik naar het verleden. Een onderzoek naar gebruikers van digitaal erfgoed: hun profielen en zoekstrategieën*. Utrecht: Universiteit Utrecht (Doctoraalscriptie Algemene Sociale Wetenschappen).
- Wubs, H. en F. Huysmans (2006, nog te verschijnen). *Digitaal cultureel erfgoed. Profielen en zoekstrategieën van gebruikers* (werktitel). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Yeo, G. (2005). 'Understanding users and use: a market segmentation approach'. In: *Journal of the society of archivists* (2005) 1, p. 25-53.

Publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau

Werkprogramma

Het Sociaal en Cultureel Planbureau stelt elke twee jaar zijn Werkprogramma vast. De tekst van het lopende programma (2006-2007) is te vinden op de website van het SCP: www.scp.nl. Het Werkprogramma is rechtstreeks te bestellen bij het Sociaal en Cultureel Planbureau. ISBN 90-377-0267-8

SCP-publicaties

Onderstaande lijst bevat een selectie van publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau. Deze publicaties zijn verkrijgbaar bij de boekhandel. Een complete lijst is te vinden op de website van het SCP: www.scp.nl.

Sociale en Culturele Rapporten

Sociaal en Cultureel Rapport 1998. ISBN 90-5749-114-1

Sociaal en Cultureel Rapport 2000. ISBN 90-377-0015-2

Sociaal en Cultureel Rapport 2002. De kwaliteit van de quartaire sector.

ISBN 90-377-0106-x

In het zicht van de toekomst. Sociaal en Cultureel Rapport 2004.

ISBN 90-377-0159-0

The Netherlands in a European Perspective. Social & Cultural Report 2000.

ISBN 90-377-0062-4 (English edition 2001)

Social and Cultural Report 2002. The Quality of the Public Sector

(Summary). ISBN 90-377-0118-3

Nederlandse populaire versie van het SCR 1998

Een kwart eeuw sociale verandering in Nederland; de kerngegevens uit het Sociaal en Cultureel Rapport. Carlo van Praag en Wilfried Uitterhoeve.

ISBN 90-6168-662-8

Engelse populaire versie van het SCR 1998

25 Years of Social Change in the Netherlands; Key Data from the Social and Cultural Report 1998. Carlo van Praag and Wilfried Uitterhoeve.

ISBN 90-6168-580-x

Nederlandse populaire versie van het SCR 2000

Nederland en de anderen; Europese vergelijkingen uit het Sociaal en Cultureel Rapport 2000. Wilfried Uitterhoeve. ISBN 90-5875-141-4

SCP-publicaties 2005

- 2005/1 Landelijk verenigd. Civil society en vrijwilligerswerk IV (2005). ISBN 90-377-0126-4
- 2005/2 Aandacht voor welzijn. Inhoud, omvang en betekenis van de welzijnssector (2005). ISBN 90-377-0204-x
- 2005/3 De steun voor de verzorgingsstaat in de publieke opinie, 1970-2002 (2005). ISBN 90-377-0157-4
- 2005/4 Kinderen in Nederland (2005). ISBN 90-377-0209-0
- 2005/5 Vermaatschappelijking in de zorg (2005). ISBN 90-377-0214-7
- 2005/6 Culture-lovers and Culture-leavers. Trends in interest in the arts and cultural heritage in the Netherlands (2005). ISBN 90-377-0217-1
- 2005/7 Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed. Het culturele draagvlak 6 (2005). ISBN 90-377-0228-7
- 2005/8 The Hunt for the Last Respondent (2005). ISBN 90-377-0215-5
- 2005/9 Zorg voor verstandelijk gehandicapten. Ontwikkelingen in de vraag (2005). ISBN 90-377-0235-x
- 2005/10 Bestuur aan banden. Lokaal jeugdbeleid in de greep van nationaal beleid (2005). ISBN 90-377-0210-4
- 2005/11 Maten voor gemeenten 2005 (2005). ISBN 90-377-0224-4
- 2005/12 Arbeidsmobiliteit in goede banen (2005). ISBN 90-377-0203-1
- 2005/13 Uit elkaars buurt. De invloed van etnische concentratie op integratie en beeldvorming (2005). ISBN 90-377-0225-2
- 2005/14 De sociale staat van Nederland 2005 (2005). ISBN 90-377-0202-3
- 2005/15 Kijk op informele zorg (2005). ISBN 90-377-0201-5
- 2005/16 Armoedemonitor 2005 (2005). ISBN 90-377-0206-6

SCP-publicaties 2006

- 2006/1 Thuis op het platteland (2006). ISBN 90-377-0229-5
- 2006/2 Een eigen huis... Ervaringen van mensen met verstandelijke beperkingen of psychiatrische problemen met zelfstandig wonen en deelname aan de samenleving (2006). ISBN 90-377-0246-5
- 2006/3 Uitgerekend wonen (2006). ISBN 90-377-0250-3
- 2006/4 Jeugd met beperkingen. Rapportage gehandicapten 2006 (2006). ISBN 90-377-0200-7
- 2006/5 Hoe het werkt met kinderen (2006). ISBN 90-377-0238-4
- 2006/6a Sociale atlas van vrouwen uit etnische minderheden (2006). ISBN 90-377-0269-4
- 2006/6b De balans opgemaakt. De slotbeschouwing van de sociale atlas van vrouwen uit etnische minderheden (2006). ISBN 90-377-0251-1
- 2006/7 Slachtoffers van criminaliteit in Nederland (2006). ISBN 90-377-0232-5
- 2006/8 Voorzieningen voor slachtoffers van misdrijven: gebruik, bereik en draagvlak (2006). ISBN 90-377-0270-8
- 2006/9 Op weg in de vrije tijd (2006). ISBN 90-377-0273-2
- 2006/10 Rapportage sport 2006 (2006). ISBN 90-377-0252-x
- 2006/11 Ondersteuning gewenst. Mensen met lichamelijke beperkingen en hun voorzieningen op het terrein van wonen, zorg, vervoer en welzijn (2006). ISBN 90-377-0260-0
- 2006/12 Rapportage ouderen 2006. Veranderingen in de leefsituatie en levensloop (2006). ISBN 90-377-0256-2
- 2006/13 Duaal als ideaal? Leren en werken in het beroeps- en hoger onderwijs (2006). ISBN 90-377-0208-2

SCP-essays

- 1 Voorbeelden en nabeelden (2005). ISBN 90-377-0248-1
- 2 De stem des volks (2006). ISBN 90-377-0265-1
- 3 De tekentafel neemt de wijk (2006). ISBN 90-377-0261-9
- 4 Leven zonder drukte (2006). ISBN 90-377-0262-7

Werkdocumenten

- 110 Verklaringsmodel verpleging en verzorging. Onderzoeksverantwoording (2005). ISBN 90-377-0199-x
- 111 Grenzen aan de maatschappelijke opdracht van de school (2005). ISBN 90-377-0213-9
- 112 Wijkkwaliteiten (2005). ISBN 90-377-0216-3
- 113 Ouderen van nu en van de toekomst (2005). ISBN 90-377-0219-8

- 114 Verzonken technologie. ICT en de arbeidsmarkt (2005).
ISBN 90-377-0205-8
- 115 Cijfermatige ontwikkelingen in de verstandelijk-gehandicapten-
zorg. Een vraagmodel (2005). ISBN 90-377-0221-x
- 116 Vrijwilligersorganisaties onderzocht. Over het tekort aan
vrijwilligers en de wijze van werving en ondersteuning (2005).
ISBN 90-377-0233-3
- 117 Het Actieplan Cultuurbereik en cultuurdeelname, 1999-2003.
Een empirische evaluatie op landelijk niveau (2005).
ISBN 90-377-0236-8
- 118 Advocaat met korting (2005). ISBN 90-377-0240-6
- 119 Regionale verschillen in de wachtlijsten verpleging en verzorging
(2005). ISBN 90-377-0242-2
- 120 De mantelval (2005). ISBN 90-377-0245-7
- 121 scp-maat voor lichamelijke beperkingen op basis van avo 2003
(2006). ISBN 90-377-0268-6
- 122 Gezond en wel met een beperking (2006). ISBN 90-377-0254-6
- 123 De onbereikbare minima (2006). ISBN 90-377-0275-9
- 124 Snuffelen en graven. Over doelgroepen van digitaal toegankelijke
archieven (2006). ISBN 90-377-0276-7

Overige publicaties

- Hier en daar opklaringen. Nieuwjaarsuitgave 2005 (2005).
ISBN 90-377-0212-0
- De jacht op de laatste respondent. Samenvatting (2005).
ISBN 90-377-0223-6
- De grens als spiegel. Een vergelijking van het cultuurbestel in
Nederland en Vlaanderen (2005). ISBN 90-377-0222-8
- Jaarrapport Integratie 2005 (2005). ISBN 90-377-0237-6
- Bestuur aan banden. Samenvatting (2005).
ISBN 90-377-0239-2
- De goede burger (2005). ISBN 90-377-0244-9
- Ouderen in instellingen (2005). ISBN 90-377-0247-3
- ? Altijd een antwoord. Nieuwjaarsuitgave 2006 (2006).
ISBN 90-377-0263-5
- Hoge (jeugd)werkloosheid onder etnische minderheden (2006).
ISBN 90-377-0266-x
- Niet-westerse allochtonen met een stabiele arbeidsmarktpositie:
aantallen en ontwikkelingen (2006). ISBN 90-377-0249-x
- Werken op de grens van wetenschap en beleid (2006).
ISBN 90-377-0272-4
- Tijd voor de basisschool. Factsheet ten behoeve van de
invitational conference 'Tijd voor school 2006' op 31 mei 2006,
Museon, Den Haag (2006). ISBN 90-377-0277-5

